

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра менеджменту

ГО «Регіональний центр євроінтеграційних проєктів»

Збірник тез

*X Міжнародної науково-практичної конференції
вчених, молодих науковців, аспірантів та
студентів*

*«Актуальні проблеми теорії і практики
менеджменту в контексті
євроінтеграції»*



Рівне – 2021

Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції :
збірник тез X Міжнародної науково-практичної конференції 15 квітня 2021 року.
[Електронне видання]. Рівне : НУВГП, 2021. – 406 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова оргкомітету:

Мошинський В.С. – ректор, д.с.-г.н., професор.

Заступники голови оргкомітету:

Савіна Н.Б. – проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків, д.е.н., професор.

Ковшун Н.Е. – д.е.н., професор, директор ННІЕМ.

Кожушко Л.Ф. – д.т.н., професор, зав. кафедри менеджменту.

Члени оргкомітету:

Крачунов Христо – голова Міжнародної асоціації «Устойчивое развитие», Болгарія.

Агнешка Кістер – д.е.н. професор кафедри маркетингу, Університет Марії Кюри-Скłodовської.

Zat'ko Jozef, Dr.h.c. – mult., JUDr., PhD, Honor. Prof. mult., L.LM, MBA, The President European institute of further education, Slovakia.

Панасюк Д. – к.т.н., ад'юнкт, Університет Кардинала Стефана Вишинського.

Зборіна І.М. – к.е.н., доцент Поліського державного університету.

Зазерская В.В. – к.е.н., доцент, зав. кафедри менеджменту Брестського державного технічного університету.

Ржевская Т.А. – к.е.н., доцент, декан факультета економіки і фінансів Полесского національного університета.

Пак Сонг Су – головний керівник «Global Youth Community», м. Київ.

Хвесик М.А. – д.е.н., професор, директор інституту ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України.

Черчик Л.М. – д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту й адміністрування Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Бушуев С.Д. – д.т.н., професор, зав. кафедри управління проектами Київського національного університету будівництва і архітектури.

Павленко О.П. – к.е.н, професор кафедри менеджменту природоохоронної діяльності Одеського державного екологічного університету.

Брич В.Я. – д.е.н., професор кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу Тернопільського національного економічного університету.

Біла С. – д.держ.упр., професор, заслужений економіст України, професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Національного авіаційного університету.

Биркович Т.І. – д.держ.упр., професор, Київського національного університету культури і мистецтв.

Пархоменко-Куцевіл О. – д.держ.упр., професор, зав. кафедри публічного управління та адміністрування Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди.

Чубіна Т. – д.і.н., професор, зав. кафедри суспільних наук, Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля Національного університету цивільного захисту України.

Грицюк П.М. – д.е.н., професор, зав. кафедри комп'ютерних технологій та економічної кібернетики.

Кушнір Н.Б. – к.е.н., професор, зав. кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу.

Мальчик М.В. – д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу.

Мишук Г.Ю. – д.е.н., професор, зав. кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Мельник Л.В. – д.е.н., професор кафедри фінансів та економічної безпеки.

Позняковська Н.М. – к.е.н., доцент, зав. кафедри обліку і аудиту.

Якимчук А.Ю. – д.е.н., професор кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Пахаренко О.В. – к.е.н., доцент кафедри менеджменту.

ISBN 978-966-327-515-4

© Національний університет
водного господарства та
природокористування, 2021

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ГАЛУЗЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

Furculița T.	SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF PUBLIC ADMINISTRATION THROUGH ISO 26000	14
Гавлитюк З.Б.	РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ІІ ФАХІВЦІВ-МЕНЕДЖЕРІВ	17
Гавлитюк З.Б.	МЕНЕДЖМЕНТ ТА КРЕАТИВНІСТЬ – СИНЕРГІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ДОСВІДУ І ТВОРЧОСТІ	20
Задорожна І.Д. Гавлитюк З.Б.	ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО І ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ НА МПП ФІРМИ «МІРАД»	22
Демчук А.В. Скрипчук П.М.	РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА	25
Задорожна І.Д.	МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ-МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ	28
Кашицька Д. П.	ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО» МЕНЕДЖМЕНТУ	31
Климович О.С.	ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ ОСВІТИ	34
Клюха О.О.	УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ У ПРОЕКТАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ	36
Козлюк А.П. Пахаренко О.В.	ОСОБЛИВОСТІ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ПІД ЧАС ОНЛАЙН НАВЧАННЯ	38
Костюкевич Р.М. Костюкевич А.М.	МЕХАНІЗМИ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У М. РІВНЕ	40
Куліш Д.С.	РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ Й ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ	43
Мамай Б.В. Пахаренко О.В.	ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ І ТОВАРІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ	46
Миронюк І. М.	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ НА ЕЛЕКТРОННОМУ РИНКУ	49

Нетепчук В. В.	КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АВТОСЕРВІСУ	51
Пархомчук О.О.	ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	54
Ситенко О.О.	НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТ - ШЛЯХ ДО	59
Окорський В.П.	СТВОРЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Скрипчук В.П.	ВПЛИВ БІОТЕРОРИЗМУ НА БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ	62
Стасюк Б.Б.	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	65
Судук О.Ю.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ	68
Тота А.	ВАЖНОСТЬ ПРИМИНЕНИЯ ТЕОРИЙ И МОДЕЛЕЙ ПРОЕКТНЫХ ЦИКЛОВ В ОЦЕНКЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОЕКТАХ И ПРОГРАМАХ ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ	71
Хомич В.Г.	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ МЕНЕДЖЕРА	74
Швець Ф.Д.	РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	76
Щербакова А.С.	УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	78
ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ		
Гарнага О.М.	ДЕРЖАВНА АГРАРНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ	81
Ёрш А.Н.	ЭКОИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ	83
Зглюй Т.В.	БЕЛАРУСЬ	
Зборина И.М.	О ПРОБЛЕМАХ АДАПТАЦИИ К ИЗМЕНЕНИЯМ КЛИМАТА	86
Курило Е.М.	ПРАКТИКА ВНЕДРЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ «ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ» В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛИНВЕСТБАНК»	89
Зглюй Т.В.		
Матвиец К.Д.	РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО	91

Зглюй Т.В.	ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	
Счастный Д.С. Зглюй Т.В.	АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РАДИАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ АТОМНЫХ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ	94
Юнчиц А.Г. Зглюй Т.В	РАЗВИТИЕ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	96
УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА РІЗНИХ ІЄРАРХІЧНИХ РІВНЯХ		
Бурба С.О.	СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ТА НАЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ	99
Бурченя О.П.	КЛІЄНТСЬКА БАЗА РЕДАКЦІЇ ГАЗЕТИ: РИНКОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ТРЕНДИ ДІЯЛЬНОСТІ	102
Костюкевич А.М. Антонюк С.Ю.	МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В СІЛЬСЬКИХ ГРОМАДАХ	105
Костюкевич А.М. Демчук А.В.	МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ	108
Мазур Н.О. Целюх Я.О.	ЗАРАХУВАННЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДО РОБОЧОГО ЧАСУ ПРАЦІВНИКА ЯК СТИМУЛ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА	110
Міщук В.А. Надюк А.М.	АНАЛІЗ РІЗНОВИДІВ HR-БРЕНДУ ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ	112 114
Овсіюк М.В. Безтелесна Л.І. Олійник О.О. Пожарський Д.С. Самолук Н.М.	ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ЗАЛУЧЕННЯ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ МІГРАНТІВ: МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР ДІАГНОСТИКА ЗАДОВОЛЕНOSTІ ПРАЦІВНИКІВ ВНУТРІШНІМ HR-БРЕНДОМ КОМПАНІЇ	117 120 122
Царук С.О.	ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИЗНАЧЕННЯ, ГЕНЕЗИСУ ТА ВИМІРЮВАННЯ	125
Юрчик Г.М.	БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ВИДАТКІВ СОЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ ЯК ІНДИКАТОР СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ	128
ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ		
Кондрацька Н.М. Бернацька Я.М.	ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	131

Кондрацька Н.М. Онищук Н.П.	ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ	134
Котик О. В. Полюхович В.Ф.	ПРОБЛЕМИ КОШТОРИСНОГО ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ	137
Ляхович О. О. Середюк О. С.	ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	140
Окач С. О. Семенюк К.М. Полюхович В.Ф. Кондрацька Н.М.	МАЛИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ КАРАНТИНУ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	143 146
Притула М.Ю.	ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА СТУПІНЬ ЙОГО ДІЄВОСТІ В УКРАЇНІ	149
Семещук Я.С., Подлевський А.А.	РИНОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ:	152
Скаковська С.С.	ТРУДНОЩІ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ УСТАНОВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСУ	155
Смикова Є.В. Семенюк К.М. Стасюк Л. М. Шило Ж.С.	ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС РОЗВИТОК ДИСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БАНКІВ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ	158 160
Хібеба Б.М. Семенюк К.М. Шило Ж.С. Тенюка Н.М.	НЕЗВИЧАЙНІ ПОДАТКИ СВІТУ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	162 164
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ		
Балаушко М. Лесняк О.Ю.	МАКСИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІЇ ЗАКОНУ СПАДНОЇ КОРИСНОСТІ	167

Дмитренко Є.О.	СТАН ТА ДИНАМІКА СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ГЕЙМДЕВ	169
Дягель Н.В. Костриченко В.М.	АКТУАЛЬНІ РОЗРАХУНКИ РЕЗЕРВІВ ІНТЕНСИВНОГО ХАРАКТЕРУ В ОБГРУНТУВАННІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ	172
Калетник О.В. Нікитенко Д.В.	ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	174
Ковшун Н.Е. Гураль Н.В.	КІБЕРБЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	177
Красовська Ю.В.	БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ЗНИЖЕННЯ ОКРЕМИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ	179
Петрук І.Р. Петрук В.А.	ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ	182
Попенко В. Лесняк О.Ю.	ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВРОВАДЖЕННЯ ТЕХНІЧНИХ РЕГЛАМЕНТІВ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ	185
Шандалюк І.О. Костриченко В.М.	АДАПТИВНИЙ ПІДХІД В ОЦІНЮВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ АНТИКРИЗОВОЇ СТІЙКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	187
СУЧАСНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ		
Андріюк А.О., Оплачко І.О.	АВТОМАТИЗАЦІЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ	190
Виховська В.О., Адасюк І.П.	ПОБУДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МАРКЕТИНГОВОГО ВІДДІЛУ	193
Довмат М.І., Коротун О.П.	DIGITAL-МАРКЕТИНГ	196
Дубіч В.Ю., Коротун О.П.	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	199

Дубровик І. В., Попко О.В.	ДО ПИТАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ	201
Козачук К.Е., Мартинюк О.В.	ВАЖЛИВІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ	203
Лузянчук С.В., Коротун О.П.	МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТІ	206
Маларчук А.В., Коротун О.П.	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	211
Маринич В.В., Оплачко І.О.	КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА БАНКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	213
Матвеева С.С., Гайдаченко О.Р., Мальчик М.В.	ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	216
Пастушок С.Л., Адасюк І.П.	ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ТАРГЕТИНГОВОЇ РЕКЛАМИ У ФЕЙСБУК ТА ІНСТАГРАМ	218
Полонський О.О., Коротун О.П.	СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ РЕКЛАМИ У СПОРТІ	220
Пономаренко А.В., Попко О.В.	ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ РІВНЕНСЬКОГО РЕГІОНУ	222
Свірска В.О., Анісімова О.М.	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ	225
Хоменчук Д.В., Мальчик М.В.	ХОЛІЗМ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	227
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ		
Асоєв С. Срібна Є.В.	НАФТОГАЗОВА СКЛАДОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТАДЖИКИСТАНУ	230
Бойко Д.І.	АКТИВІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ КООРДИНАЦІЇ ОФШОРНОГО БІЗНЕСУ	232
Вашай Ю.В.	УКРАЇНА В СИСТЕМІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БЕЗПЕКИ	235
Вашай Ю.В. Ситенко О.О.	МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ	237
Данилюк Н.М. Качан О.І.	АВТОМАТИЗАЦІЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ У ЗДІЙСНЕННІ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ	239

Жемба А.Й. Шергіна Л.А.	ЕКОЛОГІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ	242
Зеленюк Н.С. Жемба А.Й.	ТРАНСФОРМАЦІЯ СВІТОВОЇ ВАЛЮТНО- ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ	244
Карпюк І.М. Срібна Є.В.	ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНОСТІ СУСПІЛЬСТВА	246
Малишевська А.О.	АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ США, КАНАДИ ТА МЕКСИКИ	248
Микитюк Д.В.	РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС	251
Столяр- Прокопчук М.О.	ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	253
Ступницький В.В. Ступницька Н.І.	УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ - УКРАЇНСЬКИЙ КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСНОЇ ХВОРОБИ COVID-2019-2020	255

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТУ

Бухало Ю.П. Гладка О.М. Карпович І.М.	ВПРОВАДЖЕННЯ СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНОГО ПІДХОДУ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС	258
Живий Я.В. Гладка О.М. Карпович І.М.	РОЗРОБКА ПРОГРАМНОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ 3D-ГРАФІЧНИХ ТА АНІМАЦІЙНИХ ДОДАТКІВ	260
Кардаш А.В. Самолук Н.М.	ОСОБЛИВОСТІ КРИПТОВАЛЮТИ ЯК АЛЬТЕРНАТИВИ КЛАСИЧНІЙ ВАЛЮТИ	262
Наконечна Ю.А. Волошин В.С.	ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДТРИМКИ МЕНЕДЖМЕНТУ СТУДЕНТСЬКИХ ГУРТОЖИТКІВ	264
Рудзінська А.М. Грицюк П.М.	ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИБОРІВ МЕТОДАМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	266
Сиротинська А.П. Сиротинський О.А.	ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ПІДТРИМЦІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	269

Слівчук І.В.	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В	271
Кардаш О.Л.	АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	
Ящук Д.А.	ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ	273
Бабич Т.Ю.	МЕРЕЖ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ФІНАНСОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ, РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ Й ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Laskowski Jakub,	HOSPITAL MANAGEMENT IN	276
Kister Klaudia,	CONDITIONS OF COVID-19 PANDEMIC -	
Kister Agnieszka,	SELECTED ASPECTS	
Nurzyńska-Flak Joanna		
Антонюк В.В.	КОНЦЕПЦІЯ РЕФОРМУВАННЯ	278
Коробова Н.В.	ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В	
Собчук А.М.	ПЕРІОД ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	
Биркович Т.І.	ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК	280
Биркович В.І.	НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКІВ	
Бондар А.В.	ОСОБЛИВОСТІ ВИРІШЕННЯ	282
	МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТІВ МИРНИМ ШЛЯХОМ	
Денека І.К.	НОВИЙ ПУБЛІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК	284
	СУЧАСНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ	
Денека І.К.	СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	286
	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД У СФЕРІ	
	РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ТА	
	МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	
Дробко Е.В.	МОЖЛИВІСТЬ ФІНАНСОВОЇ	288
Гуслістий І.М.	НЕЗАЛЕЖНОСТІ ЦЕНТРІВ НАДАННЯ	
	АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ ЧЕ-РЕЗ	
	ВРЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТИ ЗА НАДАНІ	
	АДМІНІСТРАТИВНІ ПОСЛУГИ ДЛЯ	
	НАСЕЛЕННЯ	
Дробко Е.В.	ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ	291
Харитонов Г.В.	РЕЧОВИХ ПРАВ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО	
	ЧЕРЕЗ ЦЕНТР НАДАННЯ	
	АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ	
Жакун Ю.В.	АНАЛІЗ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО	294
Антонова С.Є.	УПРАВЛІННЯ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯМ	
	(НА ПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	
Кичан А.В.	ВПЛИВ ВІДКРИТИХ ДАНИХ НА	297
	ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	
	НА ПРИКЛАДІ СФЕРИ МІСТОБУДУВАННЯ	

Корбутяк В.І. Лесько В.М.	ВЗАЄМОДІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА З ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	300
Левицький І.О. Тихончук Л.Х. Макарчук О.А.	ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ ТА ПУБЛІЧНО- ПРАВОВИЙ СПІР. ТОЧКИ ДОТИКУ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ	303 306
Павлюк Ю.Ю. Якимчук А.Я.	АНАЛІЗ СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ	310
Пархоменко- Куцевіл О.І.	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	313
Поліщук Д.О. Якимчук А.Ю. Самолук М.В.	ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ	316 320
Симончук Ю.С. Якимчук А.Ю. Тихончук Л.Х. Антонюк В.В. Коробова Н.В.	ВПЛИВ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ НА РІВЕНЬ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ПРОЦЕС ПРИМИРЕННЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ВИРІШЕННЯ СПОРІВ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	323 326
Тихончук Л. Кичан А.	АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ	329
Тихончук Л.Х. Кондратюк О.І.	РОЛЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ДОСЯГНЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	332
Тихончук Л.Х. Павлюк М.О. Тихончук Л. Сайчишина С.	МОБІЛЬНИЙ ЦНАП: ПРОБЛЕМАТИКА, ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я РІВНЕНЩИНИ	335 338
Тихончук Л.С. Сиротнюк О.В.	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕДУРИ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ КРЕДИТОРІВ І БОРЖНИКІВ	341
Харчук В.Ю.	АДАПТАЦІЯ ПОЗИТИВНОГО ДОСВІДУ КИТАЮ У СИСТЕМУ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ УКРАЇНИ	343
Чубок Т.О.	ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ПУБЛІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ	346
Чубок Т.О.	ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ: ДОСВІД ДАНІЙ ДЛЯ УКРАЇНИ	349
Шинкарук А.Л.	ПРАКТИКИ ЛАБОРАТОРІЙ ІННОВАЦІЙ В ПУБЛІЧНОЇ СЕКТОРІ В КРАЇНАХ ЄС ТА УКРАЇНІ	352

Шинкарук А.Л.	КРУГОВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО УПРАВЛІННЯ МІСТОМ. ЧАСТИНА 1.	355
Шинкарук А.Л.	КРУГОВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО УПРАВЛІННЯ МІСТОМ. ЧАСТИНА 2. ПОРТРЕТ КРУГОВОГО МІСТА КЕЙТ РЕВОРТ	359
Шинкарук А.Л.	ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ГРОМАДСЬКОГО СЕКТОРУ	363
Шкуль К.В. Антонова С.Є.	АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В ЗДОВБИЦЬКІЙ ГРОМАДІ РІВНЕНСЬКОГО РАЙОНУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	367
Якимчук А.Ю. Денека І. К.	РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФРАНЦІЇ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ЗАЛУЧЕННЯ В УКРАЇНУ	370
Якимчук А.Ю. Павлюк М.О.	ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ШВЕЙЦАРІЇ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ УКРАЇНИ	372
Якимчук А.Ю. Сайчишина С. С.	ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ СЛОВАЧЧИНИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	374
Якимчук А.Ю. Сиротюк О.В.	ПОЗИТИВНИЙ ДОСВІД ЯПОНІЇ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ	376
Якимчук Ю.О.	ВИТРАТИ НА НАЦІОНАЛЬНУ ОБОРОНУ В СВІТІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	379
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ		
Антонюк О.Р. Велігурська А.М.	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ	383
Бондарчук К. Павлюк В. Чепелюк Н. Міклуха О.Л. Позняковська Н.М.	АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ	386
Гаврилюк О. Міклуха О.Л. Случак Н.А.	АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ЛИВАРНО-МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД «ІСПОЛН»	389
Зінкевич О.В. Дерманська М.О.	МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕТАПІВ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	390

Павелко О.В.	БУДІВЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУБ'ЄКТИ СУСПІЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ:	393
Позняковська Н.М.	ВИМОГИ ДО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ВИКЛИКИ ДО СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ	396
Попчук Д.О. Позняковська Н.М.	СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ	397
Смолярчук С.М. Позняковська Н.М.	РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА: НОВОВВЕДЕННЯ 2021	399
Хильчук Е.В.	ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА	402
Осадча О.О.	СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Чепелюк Н. Позняковська Н.М.	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	404

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ГАЛУЗЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

Furculița Tatiana, PhD student (Academy of Public Administration, Chișinău, Republic of Moldova)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF PUBLIC ADMINISTRATION THROUGH ISO 26000

The economic and political changes that have occurred in recent years in the contemporary society of the Republic of Moldova, but also the alignment with the provisions of the Association Agreement with the European Union, have led to the promotion in government policies of the concepts of sustainable development and social responsibility.

Sustainable development is the ability of humankind to continuously ensure the requirements of the current generation, without compromising those of future generations. Given the close link that exists between environmental issues, society and economic activities, especially in the long run, a new concept has been imposed – social responsibility.

At the basis of the concept of social responsibility is the responsibility of organizations towards people, society and the environment, which are or may be affected by their activities. The evolution of the concept of Social Responsibility is appreciated if at the beginning, this concept referred to the private sector, with the publication of ISO 26000, it already refers to all types of organizations, and their role in protecting the environment, eradication poverty and community development.

The ISO 26000 standard defines Social Responsibility as follows: „an organization's responsibility for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to Sustainable Development, including health and the welfare of society, takes into account the expectations of stakeholders, is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior, and is integrated throughout the organization and implemented in its relations” [3].

ISO 26000 is a powerful tool of social responsibility, which aims to help public institutions in the Republic of Moldova, to move from good intentions to good actions.

The European Commission has recently revised its definition of the social responsibility of institutions, choosing a definition close to that of ISO 26000. It confirmed the multidimensional nature of social responsibility, highlighting the main topics of ISO 26000, being recommended to the European institutions in order to help them make progress in implementing social responsibility.

The implementation of the management system based on ISO 26000 in public institutions will add value to existing activities on social responsibility and will expand the understanding and implementation of social responsibility by the fact that [2]: presents an international consensus on what S.R. and the topics to be covered by the institution; provides guidelines for transforming principles into effective actions; it incorporates best practices already established and disseminates them worldwide for the good of the international community.

For any public institution, sustainable development means not only the provision of services that satisfy the customer and their delivery without affecting the environment, but also the action in a manner governed by social responsibility.

The final objective of the management of the public institution, through the practice of social responsibility, will lead to the maximization of their contribution to the sustainable development of the public sector in the Republic of Moldova [1]. This type of approach will involve the implementation of a set of principles in the activity of the institution:

1. *The principle of responsibility* refers to the responsibility that the management of the public institution must manifest for the impact of own decisions and activities on the society, the economy.

2. *The principle of ethical behavior* requires that managers of public institutions and staff act in an ethically responsible manner. Organizational behavior must be based on values such as honesty, fairness in managing the impact of activities and decisions on the interests of the various concerned or affected parties.

3. *The principle of transparency* presumes that the management of the public institution should show transparency regarding its own decisions and activities with an impact on the society.

4. *The principle of respect for interested parties* implies the manifestation of respect, consideration and integration of the interests of the various parties concerned by the activities and decisions of the institution.

5. *The principle of respect for the rule of law* presumes that the management of the institution considers respect for the rule of law to be mandatory. In the context of social responsibility, it assumes that the management of the institution complies with the applicable laws in force.

6. *The principle of cooperation and coherence*. The management of the institution must prove its willingness to cooperate with other public institutions interested or affected by a certain initiative.

7. *The principle of efficient management*. According to this principle, the management of the institution must establish clear and efficient actions based on quality standards and have the capacity to respond quickly to social needs.

8. *The principle of predictability*. According to this principle, the management of the institution must be aware of the social responsibilities of the institution and apply them strategically and coherently in the current activity.

9. *The principle of respect for human rights* and other international norms and standards. The principle assumes the recognition and respect of human rights and other international norms, depending on the specifics of the institution's activity.

The advantages that a public institution obtains following the implementation of a management system based on social responsibility are the following: demonstrated commitment to socially responsible ethics; increased reputation as a socially responsible organization; trust of beneficiaries, customers and a positive perception from development partners; improved employee morale; a fair, safe and equitable working environment; improved working conditions; transparency in activity through independently verified compliance; distinction from other medical institutions.

Conclusions. In Republic of Moldova there is a gap between the expectations of citizens and what they perceive as the reality of the achievements of public organizations. This gap is partly caused by cases of irresponsible behavior on the part of some civil servants, as well as by the way in which some public organizations exaggerate their merits in the social field.

In order for this standard to develop, it is necessary to train professionals who understand the role of social responsibility strategies in the organization's contribution to the sustainable development of society as a whole. Knowledge of social responsibility standards, terminology specific to the field of sustainability, international developments in the field, fundamental human rights, national legislation in the field of social dialogue, regulation of labor relations and environmental protection - all these are necessary prerequisites for a professional in social responsibility. The training of these professionals will make possible the transversal integration of the principles of social responsibility in all organizations, including in the public administration.

1. Cojocaru Svetlana, and others. Human resources management in the public administration of the Republic of Moldova. Academy of Public Administration, Chişinău, 2014. P. 259. 2. Integration of social responsibility in organizations. Methodological guide for employers, trade unions, chambers of commerce, SME association, non-governmental organizations and sectoral committees. Bucureşti, 2013. 3. ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility. Geneva, 2010. P. 3.

Гавлитюк З. Б., студентка

Науковий керівник: Андрійцьо-Рузаєва А. Ю., асистент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЇЇ ФАХІВЦІВ-МЕНЕДЖЕРІВ

Серед перспективних та доволі успішних напрямків удосконалення бізнесу в Україні є готельне господарство, адже діяльність суб'єктів готельного бізнесу забезпечує близько 3,0% ВВП. Проте, через появу та поширення вірусних захворювань розвиток готельного бізнесу значно сповільнився, а саме спалах коронавірусу COVID-19 став потрясінням як для світового, так і для українського готельного ринку. Ряд обмежень, який спричинив закриття державних кордонів та припинення руху між областями України спровокував безліч проблемних ситуацій у готельному господарстві. Готельний сектор виявився не готовим до таких змін та був змушений швидко адаптуватися до умов світової пандемії, врахувавши вплив науково-технічних, інформаційно-психологічних і соціальних чинників [1].

Під час пристосування до змін майже кожен заклад готельного бізнесу стикнувся з тим, що персонал не володіє необхідними навичками та вміннями у ситуації нових обмежень та вимог, тому на сьогоднішній день виникає відчутна потреба у спеціалістах готельного обслуговування, а із налагодженням міжнародних відносин України з різними країнами і зростанням кількості іноземних туристів спостерігається підвищення кваліфікаційних вимог до роботи фахівців готельного бізнесу та до наявності професійних компетентностей у менеджерів.

Компетентність – це динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та подальшу навчальну діяльність [2]. Види компетентностей, якими повинен володіти менеджер готельного бізнесу ми схематично представили на рисунку.

Професійна компетентність менеджерів готельних закладів полягає у рівні володіння знаннями та вміннями для досягнення поставлених цілей. Сюди можемо віднести практичну реалізацію професійних здібностей та ділових якостей працівника в їх синергетичному взаємозв'язку і взаємозалежності. Соціальна компетентність передбачає наявність знань у галузі управлінської психології, адже це бізнес, який вимагає максимум спілкування з людьми, тому кожен менеджер повинен вміти як впливати та керувати своїм персоналом, так і вміти знаходити підхід до кожного індивідуального відвідувача. Важливим аспектом соціальної компетентності є вміння мотивувати своїх підлеглих, адже це запорука ефективної та злагодженої роботи всього колективу закладу. Інтелектуальна

компетентність виражається у здатності до аналітичного мислення і здійснення комплексного підходу до виконання своїх обов'язків. Ситуативна компетентність – це вміння діяти відповідно до різних ситуацій, здатність бачити проблеми та шукати раціональні шляхи вирішення. Крім того, менеджеру готелю потрібно вміти відрізняти значне та вагоме в явищах і процесах, що відбуваються в готелі та робити перспективні висновки.

Таким чином, ситуативна компетентність менеджера представляє вміння проводити аналіз діяльності, враховуючи основні тенденції та проблематику. Також важливою є часова компетентність, адже для кожного керівника важливо раціонально розпоряджатися власним часом [2–3].

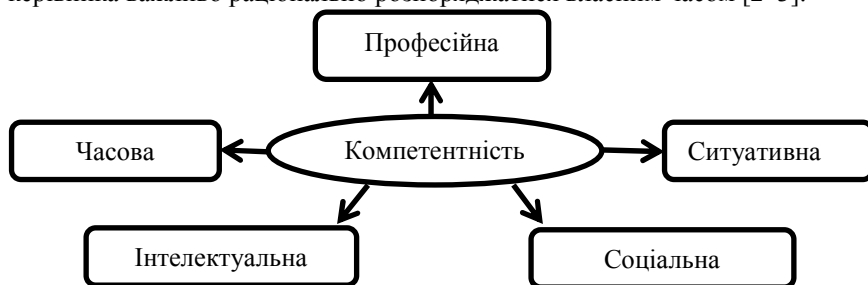


Рисунок. Види компетентностей менеджерів готельного бізнесу

Проаналізувавши освітньо-професійну програму (ОПП) за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа (ГРС)» у НУВГП, виявлено, що успішне функціонування готельного бізнесу неможливе без кваліфікованих менеджерів, а ефективність функціонування готельної справи потребує реалізації функцій, принципів і методів менеджменту. Проаналізувавши спеціальні компетентності даної ОПП виявлено тотожність кожної з них з одним з функціональних видів менеджменту, що відображено у таблиці.

Таблиця

Порівняльна характеристика спеціальних компетентностей
ОПП «ГРС» на основі функціонального підходу

Спеціальні компетентності з ОПП 241 «Готельно-ресторанна справа»	Види менеджменту
Здатність організовувати сервісовиробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.	Організаційний менеджмент
Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.	Комунікаційний менеджмент
Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	Операційний менеджмент

продовження таблиці

Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг.	Проектний та операційний менеджмент
Здатність розробляти нові послуги з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.	Інноваційний менеджмент
Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу.	Фінансовий менеджмент
Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	Стратегічний менеджмент
Здатність здійснювати планування, організацію і контроль діяльності суб'єктів готельного бізнесу.	Класичний Менеджмент

Отже, кожен, хто опанує вищеперераховані компетентності та види менеджменту стануть спеціалістами своєї справи, які зможуть через призму своїх вмінь та навичок вивести готельний бізнес на значно вищі рівні та забезпечити той розвиток, який у майбутньому призведе до того, що готельне господарство буде однією з найбільш розвинених та перспективних галузей в Україні.

1. Савчук Ю. Р., Куцик В. І. Проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/2020/ZBIRNI_K_konferenciji.pdf#page=321 (дата звернення: 29.03.2021). 2. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом : підручник. Київ : Центр учбової літератури. 468 с. URL: https://pidru4niki.com/12281128/menedzhment/kompetentnist_pratsivnika_sutnist_vidi (дата звернення: 30.03.2021). 3. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo122.htm (дата звернення: 30.03.2021). 4. Освітньо-професійна програма за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» URL: https://nuwm.edu.ua/images/content/2020_241____.pdf (дата звернення: 31.03.2021).

Гавлитюк З. Б., студентка

Науковий керівник: Стасюк Б. Б., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МЕНЕДЖМЕНТ ТА КРЕАТИВНІСТЬ – СИНЕРГІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ДОСВІДУ І ТВОРЧОСТІ

Менеджмент як наукова система є однією з найважливіших умов ефективної і прибуткової діяльності, однак не завжди можна зустріти менеджера, який здатний вдало прийняти нестандартне управлінське рішення. Часто відбуваються зміни обставин, коли необхідно прийняти рішення, від якого залежить майбутнє організації, тому вимагається створення нових підходів, які насамперед сприяли б саморозвитку менеджерів, як у особистісному, так і у професійному аспектах, які допомогли б підготувати конкурентоспроможного працівника на ринку праці. Одним з таких підходів можна назвати розвиток креативності, як однієї з важливих якостей.

Креативність є вагомим фактором для досягнення успіху в різних сферах діяльності, але поняття креативності залишається певною мірою розпливчастим та неточним, адже не так легко надати конкретне визначення даному поняттю. Існує безліч визначень, які певним чином описують поняття креативності. За визначенням Альберта Сент Дьорді креативність – це здатність творчої особистості розглядати ситуацію і бачити сприятливі можливості там, де інші бачать лише проблеми. Герет Джонс сказав: «Мені потрібні люди, які не вписуються в систему», отже він цим вказує на важливість різноманітних нестандартних поглядів і підходів у компанії. Айзенк вважає, що креативність є компонентом загальної розумової обдарованості. Уайсберг стверджує, що креативність як творче мислення діагностується за якістю продукту, а не за способом його одержання. Будь-який пізнавальний процес, з його погляду, спирається на минулі знання й тягне їхні перетворення відповідно до вимог завдання [1].

Поняття креативності бере свої початки від креативного менеджменту, адже даний термін являє собою управління творчим процесом, який орієнтований на вирішення актуальних колективних завдань та цілей підприємства. Креативний менеджмент базується на використанні сучасних технологій творчості і командної роботи, основним завдання якого є управління процесом прийняття творчих рішень в колективі. Нами було проведено опитування серед 50 респондентів, 90% яких вказали, що креативність потрібна для менеджерів, а також 88% опитаних вважають, що креативність – це творча, новаторська діяльність 40% стверджують, що це риса характеру, що притаманна не усім людям, 92% відповідають, що така творча діяльність дійсно потрібна, щоб стати успішним.

Існує декілька підходів до розуміння «креативного менеджменту» з творчої та інноваційної сторін, а саме системний, функціональний,

ситуаційний, поведінковий та адміністративний. Якщо розглядати креативний менеджмент через призму системного підходу, то варто зазначити, що креативний менеджмент є підсистемою інноваційного менеджменту, що забезпечує здатність суб'єктів управління висувати та розвивати нові ідеї, які набувають форми наукової або технологічної інформації. Слід зазначити, що деякі західні вчені вважають, що предметом вивчення інноваційного менеджменту є джерела інновацій, методи генерування інноваційних ідей, загальні умови для здійснення інновацій. Можна схематично представити підходи до розуміння креативного менеджменту з творчого та інноваційного боку (рисунк) [2].

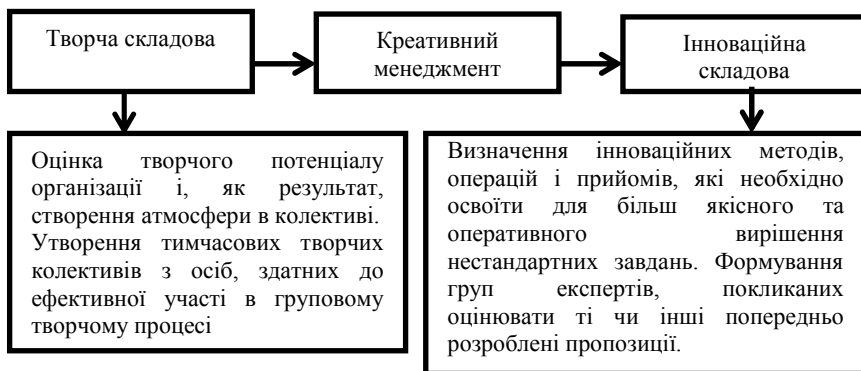


Рисунок. Підходи до розуміння «креативного менеджменту» з творчого та інноваційного боку

Отже, розвиток творчого та креативного потенціалу менеджерів здатний сприяти покращенню ефективності функціонування організації в цілому, а використання інструментів креативного та інноваційного менеджменту дозволяють швидко й вдало знаходити нестандартні управлінські рішення, а також інноваційно підходити до функції управління будь-якою організацією. Тому поєднання креативного та інноваційного менеджменту призведе до покращення основних та найважливіших компетентностей сучасних менеджерів.

1. Каленіченко Ю. Б., Смірнова А. І. Креативність як основа менеджменту організацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. С. 186–191. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_186_191.pdf (дата звернення: 29.03.2021). 2. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс : підручник / Б. М. Андрушків, О. Б. Бойко, Ю. Я. Вовк, Р. П. Шерстюк. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2015. 1146 с.

Задорожна І. Д., Гавлитюк З. Б., студентки

Науковий керівник: Нетепчук В. В., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО І ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ НА МПП ФІРМИ «МІРАД»

Сучасні підприємства і компанії здебільшого створені за функціональним або ієрархічним принципом, що підтверджує досконалість і стійкість функціонального підходу до управління організаціями. Проте динамічна епоха тотального зростання якості у зовнішньому середовищі, вимагає новітніх підходів до управління, а саме передбачає перехід від системно-диференційованої (функціональної) до системно-інтегрованої (процесної) структури управління. Метою впровадження й використання процесного підходу до управління є зниження вартості кінцевого результату і підвищення його споживчої цінності для максимального задоволення споживачів, що в умовах трансформаційного періоду української економіки стає системоутворюючим фактором конкурентоспроможності підприємств.

Різні аспекти досліджень в сфері процесного й функціонального підходів до управління підприємством знайшли своє відображення в роботах вітчизняних вчених О. О. Хименка, Н. О. Бурбело, І. І. Стеця.

Насамперед, ідентифікуємо поняття функціонального та процесного підходів.

Функціональний підхід до управління базується на ієрархічній організаційній структурі підприємства, де управління здійснюється шляхом управління організаційними одиницями, а взаємодія організаційних одиниць відбувається через роботу посадових осіб [1].

Згідно Міжнародного стандарту ISO 9001:2008 «Системи управління якістю. Вимоги», процесний підхід – це будь-яка діяльність, в якій використовуються ресурси для перетворення «входів» у «виходи».

Процесний підхід – отримання бажаного результату через управління діяльністю і відповідними ресурсами як процесами [2].

Негативними наслідками функціонального управління є слабкі горизонтальні зв'язки між функціональними підрозділами, негнучкість й заорганізованість, концентрація на оптимізації виконання власне функцій, вузька спеціалізація окремих співробітників і підрозділів.

Застосування процесного підходу припускає наявність налагодженої горизонтальної взаємодії, самостійне прийняття рішення і відповідальність за нього виконавців, наділених ширшими повноваженнями, узгодженість та координуваність критеріїв ефективності й якості роботи підприємства та його структурних елементів. Переваги процесного менеджменту над функціональним підходом управління представлено в таблиці.

Порівняльна характеристика функціонального та
процесного менеджменту [2]

Функціональний підхід	Процесний підхід
<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблема – працівники. 2. Працівники. 3. Я роблю свою роботу. 4. Я розумію свою роботу. 5. Вимір роботи працівника. 6. Змінити працівника. 7. Пошук кращого працівника. 8. Контроль за працівником. 9. Не довіряти нікому. 10. Хто зробив помилку? 11. Забезпечення свого результату. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемним є процес. 2. Люди. 3. Допомогти виконати задачу. 4. Робота вписується в загальний контекст. 5. Вимір результатів процесу. 6. Змінити процеси. 7. Можна завжди покращити процеси. 8. Розвиток працівника. 9. Ми всі в одному човні. 10. Що передувало появі помилки? 11. Забезпечення задоволення потреб і запитів клієнта.

Нами було проведено дослідження в ході якого було вивчено зміст трансформацій у системі управління у фірмі МПП «Мірад». Керівництво впроваджує заходи, що дають змогу отримати структуру, вектором діяльності якої є постійне поліпшення якості кінцевого продукту/послуги для задоволення споживача і клієнта, що базуються на понятті бізнес-процесу та методиці процесного управління.

Як стверджує менеджер із зовнішньоекономічної діяльності, розвиток компанії стримують недосконалість змісту бізнес-процесів, відсутність їх стандартизованого опису в роботі окремих структурних підрозділах.

Сьогодні поняття «бізнес-процес» є ключовим для побудови організаційної структури управління підприємством, визначення концепції діяльності і навіть формування штату. Перехід до процесно-орієнтованого управління фактично означає переміщення акценту на управління діяльністю підприємства, а не структурами, як це властиво функціональному підходу [3].

На основі візуалізації моделі менеджменту (так є) на МПП фірмі «Мірад» було описано зміст наявних внутрішніх бізнес-процесів фірми у форматі **IDF₀** (рисунок). Згідно вимоги Стандарту ISO-9001:2015 фірма повинна додатково інтегрувати в існуючу модель бізнес-процеси Управляти записами, Управляти аудитом, Управляти невідповідною продукцією, які у теперішній практиці управління компанією є відсутніми.

Впровадження зазначених бізнес-процесів у систему управління підприємством дозволяє конкретизувати спостереження, вимірювання і аналіз процесів, впровадити організаційні заходи щодо постійного покращення процесів і вдосконалювати саму систему управління.

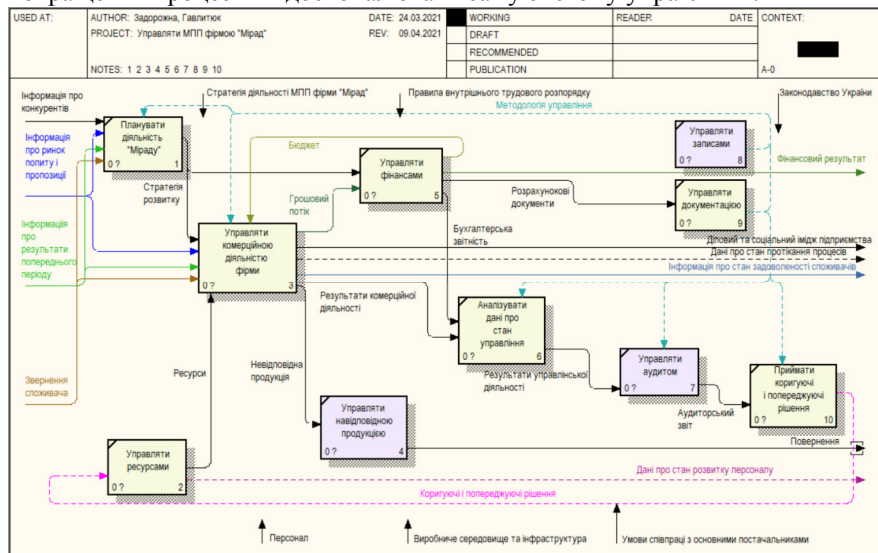


Рисунок. Контекст-модель «Управління МПП фірмою «Мірад»

Таким чином, у випадку застосування процесного підходу компанія розглядається як система менеджменту, яка складається з пов'язаних компонентів. Як наслідок, управління фірмою полягає в управлінні процесами, а саме їх оцінці, підвищенні ефективності та результативності. Керівництву МПП фірми «Мірад» доцільно зосередити увагу на процесному менеджменті та впровадити процеси, згідно вимог Стандарту ISO-9001:2015, оскільки вони пов'язують усі відділи та підрозділи, орієнтовані на кінцевий результат. Реалізація такого підходу, забезпечить еволюційне зростання організаційної системи підприємства, підвищення конкурентоспроможності фірми, що є необхідним у сучасних умовах динамічності ринкового середовища та жорсткої конкурентної боротьби.

1. Хименко О. О. Застосування процесного підходу до організації діяльності оптових посередників. URL: <https://cutt.ly/tvu9OSe> (дата звернення: 12.04.2021). 2. Нетепчук В. В. Управління бізнес-процесами: навч. посіб. Рівне: НУБГП, 2014. 158 с. URL: <https://cutt.ly/Wvu9KWQ> (дата звернення: 13.04.2021). 3. Бурбело Н. О. Проблеми формування процесно-орієнтованого процесу в управлінні телекомунікаційним підприємством. URL: <https://cutt.ly/Avu9Vo4> (дата звернення: 14.04.2021).

Демчук А. В., студентка, **Скрипчук П. М.**, д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

В ринкових умовах, де постійним явищем є лише зміни, існує гостра постійна необхідність в нових інструментах та методах, які здатні допомогти підприємствам стати більш ефективними. Постійне зростаюче явище ринкової конкуренції ініціює потребу суб'єктів ринку наздогнати своїх конкурентів та стати першими доки не пізно, зайнявши лідируючі позиції на ринку, в даному аспекті виникає явище конкурентоспроможності, в силу цього потрібні механізми, які допоможуть ефективно вирішувати прикладні задачі.

На сучасному етапі економічного розвитку підприємства використовують ряд інструментів для підвищення ефективності та оптимізації загальних процесів господарської діяльності, серед них важливе місце займає реінжиніринг бізнес-процесів. Проблема процесного підходу до управління, зокрема реінжинірингу бізнес-процесів присвячено дослідження таких зарубіжних авторів, як Джеймс Харрінгтон, Майк Ротер, Джон Шук, Майк Робсон, Філіп Уллах, Майк Хамерсон Чампі та ін., на теренах СНД цим проблемам присвячено роботи таких авторів, як В. Мединський, С. Ільдеменов, В. Елиферов, В. Репін. За М. Хаммером реінжиніринг бізнес-процесів – це «фундаментальне перепроєктування бізнес-процесів фірми з метою досягнення істотних поліпшень показників роботи» [1].

Проведення реінжинірингу є неможливим без загального розуміння предметної області в якій протікають основні бізнес-процеси в умовах ринкового регулювання. Моделі бізнес-процесів можуть відрізнятися за: ступенем деталізації бізнес-процесів, формою їх подання, урахуванням статичних та динамічних факторів. Досить часто реінжиніринг бізнес-процесів застосовують, коли необхідно прийняти рішення щодо реструктуризації діяльності підприємства, яке знаходиться у стані економічної кризи та банкрутства.

Базою для здійснення реінжинірингу бізнес-процесів можуть стати результати оцінки стратегічного внеску бізнес-процесу у систему підприємства який, у свою чергу, характеризується трьома показниками: доданою вартістю бізнес-процесу; часткою процесу у ключових факторах успіху компанії та вартістю внесених змін.

Реінженіринг бізнес-процесів у сфері бізнесу застосовується не так давно, починаючи з 1997 року, проте даний метод оптимізації управлінських рішень вже довів свою ефективність при реформуванні бізнес-процесів. Реінженіринг бізнес-процесів компанії «Ford», в якій чисельність відділу з оплати рахунків постачальників зазнала скорочення з 500 осіб до 125,

можемо інтерпретувати це, як загальне підвищення продуктивності в 4 рази, або на 400%.

В компанії IBM «Credit» при проведенні реінжинірингу бізнес-процесів загальна продуктивність праці зросла на 100%, а загальна тривалість процесів зменшилась до 10 разів. При проведенні реінжинірингу бізнес-процесів нової камери компанії «Kodak» були досягнуті результати із скорочення технологічного процесу в 2 рази [2].

Аналізуючи успішний практичний досвід компанії «Bell Atlantic Corporation» у сфері проведення реінжинірингу бізнес-процесу – «виконання замовлень клієнтів» компанія досягла скорочення часу реалізації даного бізнес-процесу – виконання замовлень на підключення корпоративних клієнтів до каналів зв'язку, які забезпечують високошвидкісну передачу даних та відео-комунікації з 30 днів до 3 днів, в 10 разів, і змогла не просто зберегти існуючих клієнтів, а залучити нових клієнтів на ринку та масштабувати власний бізнес [3; 4].

Одним із практичних підходів є стратегічний принцип, на якому ґрунтується модель GE/McKinsey та який полягає у збільшенні кількості ресурсів для розвитку і підтримання бізнесу у привабливих галузях [5; 6]. Розглядаючи модель Shell/DPM, зазначимо, що застосування моделі при аналізі ринкових позицій підприємства для проведення реінжинірингу бізнес-процесів дає змогу чітко визначити, в яких випадках є нагальна потреба у проведенні радикального перепроєктування, а в яких випадках такої потреби не існує.

Стосовно сутності даної моделі можна сказати, що порівняно з моделлю GE/McKinsey тут зроблено більший наголос на кількісних параметрах бізнесу, які базуються на оцінці потоку грошових коштів. Тому впровадження реінжинірингу бізнес-процесів є необхідним для підприємств, які опинилися в зоні стратегій «згорання бізнесу», «згорання виробництва» так, як такі стратегії характеризують саме слабкі позиції у привабливій галузі. На рисунку наведено удосконалену ілюстрацію необхідності проведення реінжинірингу бізнес-процесів залежно від позиції підприємства у галузі згідно моделі Shell/DPM [6].

Подвоїти обсяг виробництва або згорнути бізнес	Стратегія посилення конкурентних переваг	Лідер у бізнесі
Обережно продовжувати бізнес або частково згортати виробництво	Обережно продовжувати бізнес	Стратегія зростання
Стратегія згортання бізнесу	Стратегія часткового згортання бізнесу	Стратегія генератора коштів

Рисунок. Стратегічні напрями реінжинірингу бізнес-процесів (модель Shell/DPM)

Виходячи з рисунку можна зробити такі висновки щодо необхідності проведення реінжинірингу бізнес-процесів для підприємства, яке

позиціонується у відповідних квадрантах стратегічних альтернатив. Промисловими компаніями, котрі в першу чергу потребують радикальних організаційно-економічних перетворень, можуть бути підприємства зі слабкими позиціями на ринку. Таке позиціонування характеризується тим, що працюючи у галузі з середнім рівнем привабливості та високою дохідністю бізнесу, підприємство може відчуті необхідність фінансових коштів та прагне інвестиційним фінансуванням у нові проекти посилити свої конкурентні позиції.

Таким чином, ми можемо дійти висновків, що застосування реінжинірингу бізнес-процесів топ-менеджерами підприємств повинно не лише підвищити ефективність бізнес-діяльності усього підприємства, а також змінювати підхід до прийняття управлінських рішень, які в свою чергу можуть стати новим потужним стимулом для збільшення інноваційності бізнес-діяльності та її масштабування.

При оцінюванні економічної ефективності реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах виникає необхідність застосування елементів загальної теорії економічної ефективності. Розробка та впровадження реінжинірингу бізнес-процесів потребує значних початкових витрат та передбачає компенсаційні заходи з боку інвесторів.

Для підвищення обґрунтованості прийняття рішень доцільно сформувати механізм інвестиційного забезпечення РБП промислових підприємств. Удосконалення методів експрес-оцінювання напрямів реінжинірингу бізнес-процесів обумовлює необхідність певного обсягу інформації та витрат часу на проведення даної оцінки.

1. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. 2. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation. A Manifesto for Business Revolution. London : Nicholas Brealey Publishing, 1993. 3. Реинжиниринг бизнес-процессов: модное лекарство? URL: <http://www.management.com.ua/bpr/bpr013.html> (дата звернення: 23.03.2021). 4. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / пер. с англ. Ф. М. Уллах. Москва : Аудит ЮНИТИ, 1997. 224 с. 5. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз. Київ : Алерта, 2006. 404 с. 6. Таранюк Л. М. Теоретико-методологічні засади управління вибором напрямів реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.00 / Сумський державний університет. Суми, 2015. 436 с.

Задорожна І. Д., студентка

Науковий керівник: Стасюк Б.Б., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ-МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ

У сучасних умовах перетворень української освіти однією із стрижневих проблем постає мотивація студентів. Проблематика мотиваційного процесу є актуальною для дослідження, адже студенти-менеджери – це майбутнє покоління працівників, які повинні бути компетентні у своїй діяльності, а це можливо завдяки отриманим під час навчального процесу професійним знанням. Мотивація виступає тим рушієм, що призводить до успішності студентської навчальної діяльності, а згодом і професійної.

С.Л. Рубінштейн зазначав: «Мотивація – це опосередкована процесом її відображення суб'єктивна детермінація поведінки людини світом. Через свою мотивацію людина вплетена в контекст дійсності». Також проблему мотиваційних процесів досліджували В. А. Рудьов, С. О. Гуткевич, О. Захарко, О. Б. Столяренко, Ю. Л. Трофімов, Є. Іллін.

Психологічна наука визначає мотивацію як сукупність психологічних процесів, які спрямовують поведінку людини [1]. У навчальному середовищі мотивація – це процес спонукання учнів до навчання, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації (школи, коледжу, університету) [2].

Співвідношення різних мотивів, що спричиняють поведінку людей, створюють достатньо стабільну мотиваційну структуру. У кожній особистості мотиваційна структура індивідуальна й обумовлена багатьма чинниками: рівнем добробуту, соціальним статусом, кваліфікацією, посадою, ціннісними орієнтаціями та ін.

Як показало опитування, більшість вважають, що мотивація – це певна сила, що змушує людей активізуватися і досягати поставлених цілей.

Мотиваційні процеси розпочинаються із виникнення потреби тобто відчуття в індивідуума нестачі у чомусь конкретному, які згодом трансформуються у мотив, що позиціонується як рішення задовольнити або не задовольнити зазначену потребу в даному об'єктивному й суб'єктивному середовищі. Мотиви, що сформувалися під дією багатьох зовнішніх і внутрішніх, суб'єктивних і об'єктивних факторів, починають діяти під впливом стимулів.

Ми провели опитування серед студентів-менеджерів Національного університету водного господарства та природокористування аби дослідити якими мотивами керуються респонденти на шляху до свого професійного успіху а також дізнатися, що їх ще більше стимулювало б до навчальної діяльності.

Передусім, варто зазначити, що анкету під назвою «Мотивація студентів-менеджерів як запорука професійного успіху» заповнили 80 осіб.

Ми запитали учасників, як вони визначають для себе поняття «мотивація» і 41 студент відповіли, що на їхню думку мотивація – це психофізіологічний процес, який під дією зовнішніх або внутрішніх факторів, стимулює у людей бажання займатися тією чи іншою діяльністю, а також, що це стимули, що змушують нас працювати на шляху до успіху. 39 студентів вказали, що для них мотивація – це певна сила, що змушує людей діяти і досягати поставлених цілей. 30 респондентів погоджуються із твердженням, що мотивація – це вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання особи до дієвості, спрямованої на досягнення особистих цілей чи цілей організації.

Наукові розвідки свідчать, що мотивація буває внутрішньою і зовнішньою [3]. Нам вдалося простежити, який вид мотивації переважає у студентів НУВГП.

46 опитуваних позначили, що до навчання їх мотивує прагнення особистісного росту та самовдосконалення, 43 студента відзначили, що їм подобається отримувати нові знання, 40 осіб – вказали, що їх мотивує підвищення власної компетентності, 36 респондентів керуються бажанням створити собі позитивну репутацію. 40 майбутніх менеджерів відповіли, що їхню навчальну діяльність стимулюють високі бали та стипендія, 31 студент прагне бути хорошим студентом в очах суспільства, 16 – побоюються відрахування із університету, а 10 – відчувають моральний тиск зі сторони батьків, деякі учасники опитування вказали, що хочуть чим швидше отримати диплом і зайнятися улюбленою справою.

Із наведених відповідей зрозуміло, що більшість студентів НУВГП під час навчання для досягнення свого професійної компетенції керуються внутрішніми мотиваційними рушіями.

Безсумнівно, що у молодій сучасній людині не може бути наявне постійне бажання вчитися, тобто виконувати певні академічні завдання, проте вони необхідні до виконання, адже це тоді задовольнить студентську зацікавленість у хороших балах. Ми прослідкували чи завжди студенти дозволяють мотиваційним процесам керувати їхньою діяльністю. Так, 10 студентів не змушують себе робити те, що їм не подобається (виконувати самостійні роботи), 26 – зазначили, що розділяють процес виконання певного завдання на декілька днів і більше, 56 – продемонстрували силу волі і відповіли, що попри небажання змушують себе виконати заплановане, адже тоді у них з'явиться більше вільного часу і менше дедлайнів.

Безперечно, одразу виникає питання, якими ще способами можна зацікавити сучасного студента НУВГП навчальним процесом. Згідно анкети, ми отримали нижченаведені реакції:

- зменшити кількість самостійних завдань (16 осіб);
- змістовно і по суті викладати матеріал (41 особа);
- давати актуальний матеріал, для майбутньої практичної професійної діяльності (69 осіб);
- в сучасних умовах частіше ставити себе на місце студента (44 особи).

Таким чином, нами було проведено опитування із метою дослідити мотиви студентів-менеджерів НУВГП під час навчального процесу та запитати їхню думку щодо зміни стимулів в університеті.

Проведене дослідження дає змогу зробити висновки, що керівним органам навчального процесу університету задля покращення навчальної успішності студентів-менеджерів окрім наявних стимулів (стипендія, високі бали, забезпечення робочими місцями, обмінні програми між ВНЗ) необхідно прослідкувати за навантаженням студентів навчальним надмірним матеріалом та звернути увагу на практичну сторону того матеріалу на відповідних заняттях та контент, що подається у лекційних матеріалах. На сьогодні покладаються великі надії на відділи якості освіти університету в цілому та відповідних підрозділів спеціальностей та їх постійної співпраці з учасниками навчального процесу та замовниками і споживачами. Така робота ведеться і налагоджуються звязки.

Проте реальні зміни від роботи вищезгаданих органів є достатньо консервативними і нажалі не дають швидких результатів. Багато студентів та роботодавців на даному етапі включаються в цю роботу неохоче та з певним поверхневим ставленням. Ефект від проведення вищезгаданих кроків вдосконалення елементів навчального процесу має проходити в підсумковому варіанті у форматі конструктивного діалогу всіх учасників навчального процесу з завідомо сформульованою ціллю та ґрунтовною підготовкою пропозицій, зауважень, змін і доповнень, адже це процес творчий.

Наприкінці відзначимо, що навчальний процес ефективніший, коли він мотивований, коли діяльність студентів-менеджерів збігається за спрямованістю та внутрішньоособистісними мотивами. У такому разі результатом буде успішна професійна підготовка випускника НУВГП за відповідною спеціальністю.

1. Захарко О. Внутрішня мотивація як психологічний феномен. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2008. № 3. С. 143–150. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/27475/17-Zakharko.pdf> (дата звернення: 08.12.2020). 2. Рудь В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 312 с. URL: https://pidru4niki.com/15341220/menedzhment/motivatsiya_menedzhmenti#15 (дата звернення: 09.12.2020). 3. Столяренко О. Б. Психологія особистості : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 280 с. URL: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/03/Psykholohia-osobystosti.-Stoliarenko-O.-B..pdf> (дата звернення: 08.12.2020).

Кашицька Д. П., студентка

Науковий керівник: Окорський В.П., к.т.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО» МЕНЕДЖМЕНТУ

Мета дослідження – дослідити процес зародження «постіндустріального» менеджменту, його технологію, особливості та відмінності від традиційного менеджменту.

Більшість країн світу включно з Україною, перебувають на стадії індустріального або аграрно-індустріального суспільно-історичного розвитку та переходу до постіндустріального суспільства.

Постіндустріалізм – теорія нової стадії розвитку суспільства, що слідує за індустріальним суспільством у якому провідна роль відводиться сфері послуг, науці, освіті, а основним об'єктом діяльності стає торгівля інформацією.

Концепція «постіндустріалізм» пов'язана з ім'ям професора соціології Гарвардського університету Деніела Белла, який в 1970 році на VII Міжнародному соціологічному конгресі проголосив свою концепцію «постіндустріального суспільства» [1].

Концепція «постіндустріального суспільства» як результат міждисциплінарних досліджень істориків, філософів, соціологів, політологів розробляється донині. Відповідно до її уявлень всесвітня історія умовно поділяється на: 1) доіндустріальну стадію розвитку, коли мускульна сила людини і тварин була визначальним фактором виробництва; 2) індустріальну, коли спочатку парова, а потім електрична техніка стала основною продуктивною силою; 3) постіндустріальну стадію розвитку, пов'язану з перетворенням на головну виробничу силу людського розуму, в результаті чого, зокрема, відбувається стрімкий розвиток нанотехнологій [2].

Постіндустріальна революція змінює традиційні уявлення про кар'єру. Замість стабільності протягом життя багатьох поколінь сьогодні ми усвідомлюємо себе в світі, де єдине, що є постійним – це зміни. Освіта, яку отримували один раз ще в молоді роки, змінилася на освіту протягом життя. Довічне наймання змінилося на часту зміну роботи й навіть зміну професії всередині однієї організації.

Щоб не повторювати довгу назву «постіндустріальний менеджмент», В. Пекар замінив її на коротшу й яскравішу – «***п-менеджмент***» (грецька літера *π*, тобто «пі»), означатиме скорочення слова «постіндустріальний» [3].

Від індустріального менеджменту парадигма *п-менеджменту* відрізняється «зсувами реальності», яких нараховується досить багато і основні з них зведено до порівняльної таблиці.

Таблиця. Парадигма ***п-менеджменту***: технологія та особливості [3].

Індустріальний менеджмент	Постіндустріальний менеджмент
Основа навчання на робочому місці – інструкції.	Основа навчання на робочому місці – корпоративні казки та легенди.
Робота від гудка до гудка.	Робота в стилі 24 x 7 x 365.
Ієрархічна структура	Пласка структура.
Піраміда.	Мережа.
Підкорення.	Співробітництво.
Посадові інструкції.	Розуміння цілей.
Умовності.	Вільне спілкування.
Централізація прийняття рішень.	Децентралізація і делегування.
Відповідальність керівництва.	Відповідальність на кожному робочому місці.
Авторитет влади.	Авторитет кваліфікації.
Неосвіченість рядового співробітника.	Кваліфікація кожного співробітника.
Мислення в рамках «мій відділ».	Кругозір.
«Я начальник — ти...».	Свобода думки.
Тотальний контроль.	Довіра.
Потік наказів згори вниз, звітів у зворотному напрямі.	Обговорення варіантів.
Пролетарська філософія.	Підприємницька філософія.
Кожен знає, що йому призначено.	Секретів майже немає.
За помилки карають.	На помилках вчаться.
Тільки логіка.	Емоційний інтелект.
Чоловіки домінують.	Гендер не зник — зникла різниця у ставленні.
Є фірма, і є приватне життя.	Кордони розмиваються.
Заробляємо на пенсію.	Пенсія мало кого цікавить.
Гроші – головна мотивація.	Є мотивація і крім грошей.
Активи дорожчі за людей.	Люди – основний капітал.

Цінності п-менеджменту. Корпоративна гордість, почуття приналежності. Компанія розглядається як велика сім'я, де люди об'єднані спільними цінностями й цілями. Прагнення до досконалості є величезною рушійною силою людей, а основою корпоративної філософії є впевненість у тому, що ми разом змінюємо світ на краще.

Корпоративна культура п-менеджменту. Типова корпоративна культура передбачає, що всі в компанії називають один одного на «ти» і по

іменах (незважаючи на стаж і посаду), часто посміхаються один до одного, стіл для нарад є круглим.

Людські ресурси π-менеджменту. Жодних відділів кадрів, знайти потрібних людей для себе зможуть самі керівники нижчої та середньої ланки. Не треба шукати на стороні людей на вакантні керівні позиції - замість цього краще підвищити тих, хто вже працює.

Організаційні структури π-менеджменту. Вони плоскі, з мінімальною кількістю рівнів ієрархії. Замість вписування людей у клітинки штатного розкладу, оргструктури прилаштовуються до здібностей і досягнень тих людей, що працюють. До речі, щодо маркетингу: в системі π-менеджменту маркетингом займаються всі, а не лише відділ маркетингу. Щодо бізнес-процесів: вони ігнорують ієрархію й відбуваються при безпосередній взаємодії співробітників нижчої ланки з різних підрозділів.

Технології π-менеджменту. Постіндустріальний менеджмент бере все найкраще з технологій традиційного менеджменту. Електронна пошта на кожному робочому місці, колективна робота над документами, інтернет як корпоративна база знань, тощо.

Світ навколо нас змінюється з небаченою швидкістю. Змінюються технології, змінюється економіка, змінюється політика, соціальне життя, культура й мова, усі складові бізнесу. У той же час, менеджмент залишився приблизно таким самим, як і в часи Г. Форда та Ф. Тейлора. Численні гуру бажають змінити менеджмент, аби він відповідав викликам і реаліям сьогодення. Традиційний, знайомий з дитинства індустріальний світ крок за кроком відходить у минуле, що дає шлях для розвитку нового постіндустріального світу [4].

Відповідно, у ХХІ столітті на зміну традиційному менеджменту приходить π-менеджмент зі своїми особливостями, технологією, організаційною структурою та відповідною корпоративною культурою.

1. Bell D. The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. New York : Basic Books, 1973. 616 p. 2. Мартинов А. Ю. Постіндустріальне суспільство. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Postindustrialne_suspilstvo (дата звернення: 10.03.2021). 3. Пекар Валерій. π-менеджмент. Нариси компанії майбутнього. Київ : вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 25 с. 4. Друкер Пітер. Виклики для менеджменту ХХІ століття / пер. з англ. Т. Літенської. Київ : Видавнича група КМ-БУКС, 2020. 240 с.

Климович О. С., студентка

Науковий керівник: Фроленкова Н.А., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ ОСВІТИ

Основна мета ефективного менеджменту будь-якої організації – це досягнення її цілей шляхом раціонального використання ресурсів. Сучасний етап розвитку бізнесу характеризується розумінням керівниками того, що найціннішим та найбільш непередбачуваним ресурсом будь-якої організації є саме людський ресурс, який формує конкурентоспроможність підприємства та його розвиток.

Одним із основних елементів кадрової політики є політика оцінки і розвитку. Мета – створення можливостей для професійного розвитку та кар'єрного зростання персоналу. Адже на сьогоднішній день зупинитися на досягнутому є найбільшою помилкою всього професійного життя людини. Адже коли людина не бажає вдосконалюватися, розвиватися і в першу чергу навчатися – це стає крахом її успішної кар'єри. З ходом часу та змін обставин, розвиток власних навичок та вмінь є невід'ємною частиною професійного росту (власного вдосконалення як професіонала). Ті навички, які були доречними сьогодні, можуть бути не актуальними завтра. Тому саме безперервне навчання дозволяє працівникам стабільно працювати та зростати професійно.

Розвиток технологій і скорочення життєвого циклу професій призвели до старіння класичної моделі освіти «школа – вищий навчальний заклад». Їй на зміну прийшла концепція неперервного навчання. Неперервне навчання - сьогодні необхідність і головний тренд освіти майбутнього, оскільки знання, уміння та навички застарівають надзвичайно швидкими темпами. Кожні два роки знання подвоюються. Це означає, що через три роки після навчання в школі або ВНЗ, ми володіємо тільки 25% навичок, які нам можуть стати в нагоді. І це гігантський виклик, який стоїть перед системою освіти, перед роботодавцями та суспільством в цілому.

Освіта дорослих – це окремий напрямок в освіті, що забезпечує задоволення освітніх потреб осіб, зайнятих самостійною професійною діяльністю. Необхідність освіти дорослих обумовлена динамікою соціального, економічного, культурного і науково-технічного прогресу, змінами в змісті і характері праці і суспільної діяльності людей, збільшенням вільного часу і, таким чином, можливостей його раціонального використання. Сьогодні значення такої освіти посилюється, оскільки відбувається структурна перебудова економіки, що обумовлює необхідність перекваліфікації та перенавчання значного числа осіб працездатного віку.

Кваліфіковані фахівці, які працюють в сфері освіти – вчителі та викладачі – не повинні зупинятися на тому рівні, який отримали при виході з навчального закладу. Їм також необхідно покращувати свої знання та набувати нових навичок: вивчати нові методики викладання, різні педагогічні прийоми та вчитися володіти технічним забезпеченням задля кращого подання матеріалу учням та студентам.

Підвищення кваліфікації працівника може відбуватися у зв'язку з вимогою законодавства або за необхідності набути нових компетенцій в межах програми професійного розвитку персоналу. Причому в останньому випадку ініціатором може виступати як працівник, так і роботодавець.

Основними напрямками підвищення кваліфікації можуть бути:

- розвиток професійних компетентностей;
- формування ключових компетентностей;
- навички використання інформаційно-комунікативних та цифрових технологій, інформаційна та кібернетична безпека;
- формування професійних компетентностей галузевого спрямування, опанування новітніми виробничими технологіями, ознайомлення із сучасним устаткуванням, обладнанням, технікою, станом і тенденціями розвитку галузі економіки, підприємства, організації та установи, вимогами до рівня кваліфікації працівників за відповідними професіями;
- розвиток управлінської компетентності тощо.

Працівники сфери освіти мають багато варіантів самоосвіти. Вони можуть здобувати освіту як формально (магістерські програми, ліцензовані курси за освітніми програмами), так і неформально (інтерактивні форми навчання, тематичні професійно-комунікативні заходи, навчання в бізнес середовищі).

Таким чином, професійний розвиток педагогічних працівників є необхідною умовою підвищення ефективності діяльності навчального закладу. Сучасне середовище надає можливість використовувати різноманітні формати і методи навчання, самоосвіти та саморозвитку. Це дозволяє працівникам набувати необхідних компетенцій та залишатись продуктивними все своє життя.

Клюха О. О., к.т.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ У ПРОЕКТАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

Поширення високих технологій, зростання цінності інтелектуальних активів та вартості знань, інтелектуалізація і цифровізації економіки та суспільства, зародження кіберфізичного простору, скорочення життєвого циклу технологічних інновацій – ці та інші глобальні процеси відображають нові закономірності економічних трансформацій, зумовлюють зміни в соціально-економічному житті й визначають нові завдання. Сучасні виклики актуалізують проблему пошуку джерел економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності підприємств та організацій. Оскільки сьогодні інноваційні лідери, успішні корпорації світу, стратегічно зорієнтовані на розвиток економіки знань, то питання управління знаннями є надзвичайно важливим і пріоритетним. Дане питання необхідно вирішувати системно, на теоретичному та практичному рівнях, оскільки досягнути трансформації знання в інтелектуальний потенціал організації можна лише завдяки поєднанню теоретичних знань із практикою і, таким чином, підвищити її інноваційну спроможність.

Впровадження концепції управління знаннями у процес менеджменту підприємств має багатоаспектне прикладне значення, яке закладає об'єктивні передумови для набуття стійких конкурентних переваг у ринкових умовах господарювання [1; 2].

Дослідженню проблем управління знаннями присвячено наукові праці таких авторів як У. Буковиц, К. Джанетто, М. Марінічева, І. Нонака, Дж. Харрінгтон, В. Ямпольский та ін. Практично всі роботи стосуються комерційних і виробничих організацій, які мають відповідні особливості (О. Вартанова, Р. Вечорковські та ін.). У роботах В. Вайсмана, В. Гогунського висвітлюються загальні методологічні й організаційні особливості побудови системи управління знань у проектах. Сучасними науковцями також досліджуються питання розробки інформаційних систем і визначення взаємного впливу елементів систем різної природи. Так, управління проектами інформатизації розглядалися у роботах: І. Баранюка, С. Бушуєва, О. Войтенка, О. Данченко, М. Колісника, К. Кошкіна, Д. Лисенка, Ю. Теслі та ін. Управління знаннями у проектах досліджували такі вчені: А. Білощицький, Н. Бушуєва, В. Вайсман, В. Гогунський, Н. Горідько, М. Куценко, Д. Лук'янов та ін. Проте, більшість цих досліджень стосується неявних знань. Їх аналіз свідчить, що існуючі підходи не забезпечують ефективного управління проектами інформатизації [3].

Проект інформатизації слід розглядати як завдання створення автоматизованої інформаційної системи з певними вхідними даними й необхідними результатами, цілями, що обумовлюють спосіб його

вирішення, а також як комплекс робіт, спрямований на вирішення завдання, що має певні обмеження за часом, фінансами, персоналом. Основним продуктом проекту інформатизації організації є автоматизована інформаційна система для прийняття науково-обґрунтованих, ефективних та якісних управлінських рішень.

Як свідчить досвід, ефективність впровадження автоматизованої інформаційної системи організації істотно залежить від побудови вимог, а це у свою чергу залежить від знань розробників стосовно предметної галузі та знань користувачів, які будуть впроваджувати дану систему. Тому у проектах інформатизації особливе місце займає управління знаннями, яке умовно складається з наступних складових: технічної (розробки інтелектуальних автоматизованих інформаційних систем для управління явними знаннями); гуманітарної (роботи з персоналом для управління неявними знаннями).

Отже, учасникам реалізації проектів інформатизації при застосуванні моделі управління знаннями необхідно враховувати наступне:

- процес впровадження системи управління знаннями в організації доцільно впроваджувати послідовно за такими етапами: початковий (постановка мети і завдань упровадження нової системи); діагностика (аудит) знань (дозволяє отримати загальне уявлення про те, які знання є в організації, про зовнішні джерела інформації та як здійснюється управління знаннями тощо); розробка стратегії і тактики управління знаннями; моделювання етапів проекту; запуск проекту з урахуванням кращих світових практик;
- при реалізації підсистем інформаційної взаємодії необхідно чітко дотримуватись українським і міжнародним стандартам та забезпечувати якісну підтримку і супровід програмних продуктів;
- доцільно розробляти ініціативні пропозиції до замовника щодо уточнення (коригування) технічних завдань на перспективні засоби і системи автоматизації;
- необхідно підвищувати рівень кваліфікації фахівців усіх напрямків.

1. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С., Комарницька Г. О. Управління знаннями в системі інноваційного розвитку організації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 231–238. 2. Ситник Й. С. Інтелектуалізація систем менеджменту підприємств: концепція, системний моніторинг та моделювання : монографія. Львів : Львівська політехніка, 2017. 380 с. 3. Berezenskyi R. V., Sivak V. A., Melenchuk V. M. Principles of construction and structure of autotechnical support models. *Nauka i studia*. 2016. № 23 (154). P. 71–80.

Козлюк А. П., студентка, **Пахаренко О. В.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ПІД ЧАС ОНЛАЙН НАВЧАННЯ

Хто не навчиться керувати собою, той не зможе керувати іншими – говорить древня мудрість. Лише та людина, яка вміє керувати собою і своїми цілями, може досягти успіху і бути справжнім лідером. Самоменеджмент – це важлива частина життя кожної людини, адже усі ми плануємо свій час, керуємо своєю життєдіяльністю і вирішуємо послідовність виконання справ. Основна мета самоменеджменту полягає в тому, щоб максимально використовувати власні можливості.

Рік тому усі люди зіштовхнулися з глобальною проблемою – COVID-19, яка змінила життя кожного. Ми звикли відвідувати пари і бачитися з викладачами та одногрупниками, ходити в кіно і торгові центри, але все змінилося: нам потрібно навчитися жити в новій реальності. Актуальною і важливою проблемою для багатьох людей став перехід на онлайн роботу та навчання. Завжди щось нове викликає багато запитань і страхів, але тих людей, які шукають відповіді і намагаються адаптуватися, чекає успіх і нові дороги у майбутнє.

Перехід на онлайн навчання – це зміна режиму дня, новий графік і нові цілі. Форма навчання (онлайн чи офлайн) відіграє важливу роль, як для студентів так і для викладачів. Усім студентам та викладачам довелося зіткнутися з різними проблемами дистанційного навчання. Усе починається з відмінності між ранком, коли потрібно їхати на навчанням і ранком, коли достатньо приєднатися до конференції у Google Meet. І саме тут відчувається одна із задач самоменеджменту і кожної людини – самодисципліна. Одні прокидаються за годину до пари і готові слухати, а головне запам'ятовувати важливу інформацію. Інша частина студентів нехтує важливістю правильного розподілу часу і прокидається за 5 хв до пари і як результат – низька мозкова активність. Важливо чітко встановити час підйому кожного дня і розподілити час перед початком занять.

Наступне з чим зустрічається студент – це можливість слухати лекції будь-де. І це великий плюс, адже збільшує відвідуваність лекцій та семінарів, але чи збільшується кількість інформації, яку запам'ятовують студенти? Коли ми сидимо у своїй кімнаті і поряд лежить кіт, дзвонить телефон, граються брат чи сестра, то ми відволікаємося і не чуємо важливу і цікаву інформацію. Цю проблему можна легко вирішити, якщо ти вмієш концентрувати увагу на важливій справі. Концентрація уваги – є однією з важливих складових у самоменеджменті не лише керівників, а і будь-якої людини.

Базовим рівнем системи самоменеджменту є особиста ефективність. Навчаючись онлайн, ми зіштовхуємося з проблемою, коли не встигаємо

виконувати завдання і зміщуємо дедлайни. Ця проблема є у людей, які не вміють організувати свою роботу під час підготовки до семінарів або працюють неефективно. Самоменеджмент – це наука про самоорганізацію. І дуже важливо вміти організувати робочий день, адже це допомагає швидше та якісніше виконувати поставлені завдання.

Однією з важливих складових самоменеджменту є мотивація. Мотивація – це те, що допомагає рухатися вперед. Навчаючись офлайн, студенти мотивують один одного своїми результатами та роботою. Навчання онлайн змушує студентів розвивати у собі самомотивацію, адже надзвичайно важливо вміти підтримувати та надихати себе на нові ідеї.

Самоконтроль – одна зі складових самоменеджменту. Усім людям важливо вміти себе контролювати, але під час навчання онлайн, самоконтроль – це невід’ємна частина вдосконалення кожного студента. Контролювати виконання поставлених і виконаних завдань, підготовку до тестів та семінарів – усе це важливо вміти робити, аби мати хороший результат.

Отже, самоменеджмент дає змогу вирішувати питання самовдосконалення кожного з нас, виконувати завдання з меншими витратами, ефективніше організувати працю, одержувати ліпші результати, зменшити завантаженість роботою, зменшити поспіх і стреси, виробити практику самоконтролю над життєвими ситуаціями. Студентам потрібно працювати над собою і це допоможе в майбутньому. Усі навички, які ми розвиваємо під час дистанційного навчання роблять нас відповідальнішими, самостійнішими і кращими. Самоконтроль, мотивація, самоорганізація і самодисципліна – усе це запорука хорошого майбутнього, адже кожен працівник та керівник повинен володіти цими якостями.

1. Бабчинська О. І. Самоменеджмент як складова професійного розвитку персоналу. *Ефективна економіка*. 2016. 320 с. 2. Юринець З. В. Самоменеджмент. Львів, 2014. 110 с.

Костюкевич Р. М., доцент, **Костюкевич А. М.**, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МЕХАНІЗМИ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У М. РІВНЕ

Цілі і завдання розвитку малого і середнього бізнесу, що поставлені у «Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні» [1] та реалізуються в умовах імплементації положень Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом, можуть бути реалізовані лише при активній підтримці малого і середнього бізнесу на місцевому рівні.

Підтримка малого і середнього підприємництва в м. Рівне здійснюється, головним чином, за допомогою «Програми розвитку малого і середнього підприємництва», в якій передбачено:

- діяльність із нормативного регулювання підприємництва;
- механізми фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки;
- інструменти ресурсного та інформаційного забезпечення;
- заходи із розвитку підприємницької інфраструктури;
- діяльність із розвитку кадрового потенціалу у сфері підприємництва.

Ефективне застосування механізмів підтримки бізнесу потребує глибокого розуміння проблем підприємців, з якими вони зіштовхуються у своїй діяльності, та загроз, що можуть їх очікувати у майбутньому.

Частина із цих проблем і викликів можуть бути в зоні прямого чи опосередкованого впливу органів місцевого самоврядування. Тому формуючи політику підтримки бізнесу потрібно концентруватися на тих інструментах і важелях, що найбільше впливатимуть на зняття перепон і бар'єрів у розвитку підприємництва.

Органи місцевого самоврядування мають обмежені можливості фінансової підтримки малого і середнього підприємництва – це стосується як ресурсної бази, так і законодавчих обмежень. Основним інструментом фінансового стимулювання підприємництва, який застосовується у рамках реалізації «Програми розвитку малого і середнього підприємництва в м. Рівному», є компенсація відсотків за кредити комерційних банків підприємцям, що реалізують інноваційні проекти в м. Рівному.

Компенсація відсотків за кредити комерційних банків здійснюється на конкурсних засадах і потребує від підприємців підготовки пакету документів, що підтверджують відповідність проекту умовам конкурсу. Упродовж останніх років спостерігається низька активність підприємців у конкурсі.

Для більш ґрунтовного дослідження проблем малого та середнього бізнесу, нами було проведено опитування підприємців, що ведуть свою господарську діяльність в м. Рівне. У даному дослідженні було виявлено причини низької активності підприємців у конкурсі.

Насамперед привертає увагу низька поінформованість підприємців про проведення конкурсів на отримання компенсації, адже 42% опитаних суб'єктів підприємництва ніколи не чули про цей конкурс (рис. 1).

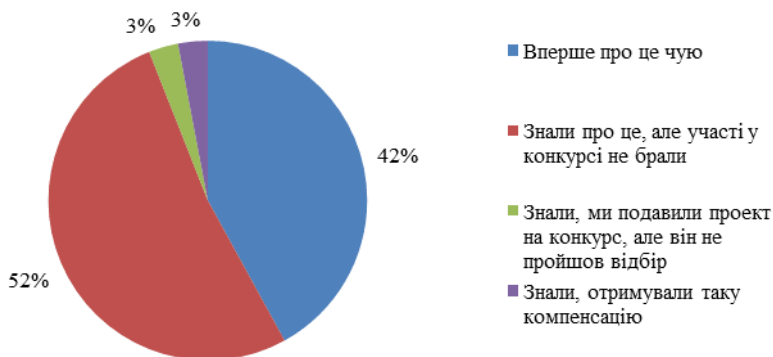


Рис. 1. Чи знаєте ви, що управління економіки міста щорічно проводить конкурс проектів суб'єктів підприємництва, які передбачають часткову компенсацію відсотків за кредитами банків?

Варто зауважити, що 64% з них представляють бізнес, вік якого становить 5 і більше років (рис. 2). Тобто попри те, що такий конкурс проводиться уже багато років, наявні канали поширення інформації не достатньо ефективно доносять інформацію до цільових груп.



Рис. 2. Розподіл суб'єктів бізнесу, які ніколи не чули про конкурс на компенсацію відсотків за кредити, за часом заснування бізнесу

52% суб'єктів бізнесу, що брали участь в опитуванні, знали про конкурс, але не брали в ньому участь. Як виявилось, однією з головних причин стало те, що підприємці не мають працівників достатньої кваліфікації, щоб

підготувати необхідні документи про конкурс (таблиця).

Таблиця

Причини, відмови від участі у конкурсі проектів на компенсацію відсотків за кредити комерційних банків

Чому Ви не брали участь у конкурсі?	Кількість	
	Од.	%
У нас немає досвідчених людей, щоб підготувати необхідні документи на конкурс	29	41,4
Ми не використовували кредити для фінансування проектів	17	24,3
Конкурс має дуже складну процедуру подання документів	8	11,4
Я вважаю, що без необхідних знайомств у виконкомі міста неможливо перемогти у конкурсі, тому що відбір проводиться не прозоро.	7	10,0
Проекти, які ми фінансували із залученням кредитних коштів, не підлягають під умови конкурсу	3	4,3
Розмір пропонованої компенсації відсотків за кредити є недостатнім для мого бізнесу	2	2,9
Адміністрування виплати компенсації відсотків є дуже складним	2	2,9
Час на підготовку документів є недостатнім для підготовки якісної заявки	1	1,4
Поки що не має потреби в кредитних ресурсах	1	1,4

Варто звернути увагу також на те, що 11,4% респондентів вважають процедуру подання документів на конкурс достатньо складною.

Для того, щоб ефективно розвивати форми і методи фінансової підтримки бізнесу та застосовувати саме ті інструменти, що які найбільше потрібні для бізнесу, підприємці надали пропозиції щодо того, які форми фінансової підтримки вони хотіли б бачити у наступній програмі.

Загалом 53% відповідей стосуються інструментів фінансової підтримки, які мають у своєму розпорядженні органи місцевої влади. Абсолютним пріоритетом серед інструментів фінансової підтримки є здешевлення кредитів. Тому місцева влада має можливість суттєво впливати на інвестиційний потенціал малого і середнього бізнесу, що особливо актуально в умовах високої вартості кредитних ресурсів.

1. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2017 р., № 504-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%D1%80> (дата звернення: 10.03.2021).

Куліш Д. С., студентка

Науковий керівник: Фроленкова Н.А., к.е.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ Й ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Ринок праці та зайнятість населення займають особливе місце в системі ринкових відносин держави. Стан ринку праці та процеси у сфері зайнятості населення належать до соціально-економічних параметрів, що визначальним чином впливають на суспільний розвиток і конкурентоспроможність національної економіки. Будучи невід'ємною ланкою сучасної економіки, ринок праці відіграє важливу роль в системі відтворення і забезпеченні безперервності процесу відтворення такого товару як робоча сила.

Ринок праці – це складна система економічних відносин з обміну індивідуальної здатності праці на фонд життєвих благ, необхідних для відтворення робочої сили. Основними категоріями, що характеризують ефективність функціонування ринку праці є: економічно активне населення; економічно неактивне населення; безробітні та зайняті.

У сучасних соціально-економічних умовах проблема зайнятості населення набула особливого значення. Погіршення економічної та політичної ситуації в країні, ліквідація багатьох підприємств, усе це проєктується на ринок праці. Заходи макроекономічної політики вже безсильні стимулювати економічне зростання і в нових умовах треба поставити упор на структурні реформи та підштовхнути сукупний попит.

Тобто, зараз на ринку праці в Україні спостерігаються наступні негативні тенденції: зниження рівня зайнятості, зростання кількості безробітних, професійно-кваліфікаційний дисбаланс та неоднорідність кон'юнктури на ринку праці, постійно зростаюча кількість переселенців та складнощі у їх працевлаштуванні відповідно до досвіду роботи чи освіти, збереження застарілої технологічної бази значної частки вітчизняних підприємств; переважання у ретроспективі сировинної складової економічного зростання; слабку сприйнятливість професійно-кваліфікаційної структури ринку праці до структурних зрушень; невідповідність професійно-кваліфікаційної структури персоналу потребам роботодавців для забезпечення технологічних змін; низький рівень мобільності населення та найманих працівників; низький і неконкурентоспроможний рівень заробітної плати, існування працюючих бідних, що демотивує ефективну зайнятість.

Одним з найважливіших показників, які характеризують стан ринку праці України є зайнятість населення, яка постійно знижується. Ще одним важливим показником, який визначає стан ринку праці та ефективність його функціонування з позиції держави є рівень безробіття, при аналізі якого важливо зазначити наступне: низький рівень заробітної плати, яку

пропонують роботодавці; політичні та економічні події, що відбуваються в країні; невідповідність системи підготовки фахівців потребам ринку праці; нерациональна структура галузевої зайнятості, істотне перевищення пропозиції робочої сили над попитом; незадоволеність умовами праці; обмежені можливості кар'єрного зростання, відсутність перспектив і можливостей поліпшення кваліфікації [1].

Саме тому, з огляду на особливості формування та функціонування ринку праці, для державної політики зайнятості найактуальнішими є завдання, які повинні вирішити ряд наступних проблем:

- звуження можливостей прикладання праці, що проявляється як у спадаючій тенденції зменшення обсягів і рівнів зайнятості, так і у зменшенні попиту на робочу силу майже в усіх видах економічної діяльності та за основними розділами кваліфікації професій;

- розбалансованість ринку праці та освітніх послуг, унаслідок чого виникли перекоси в кількісно-якісній структурі ринку праці та невідповідність рівня кваліфікації потребам роботодавців;

- відтік молоді. Варто відзначити стрімке збільшення міграції серед студентів. Навчальна міграція набула свого розвитку за рахунок можливості навчання з подальшим працевлаштуванням за кордоном. Збереження цієї вкрай несприятливої економіко демографічної тенденції розвитку вітчизняного ринку праці призведе до прискореного старіння економічно активного населення та подальшої необхідності підвищення пенсійного віку в Україні [2];

- зниження доходів населення у зв'язку з падінням реальної заробітної плати, яка є головною складовою доходів населення, та суттєвого зростання цін на всі групи товарів і послуг;

- деформалізація трудових відносин, про що свідчить вагома частка зайнятих у неформальному секторі економіки;

- поглиблення структурних диспропорцій ринку праці, які продукуються завдяки збереженню застарілої технологічної бази значної частки вітчизняних підприємств, слабкій сприйнятливості професійно-кваліфікаційної структури ринку праці до структурних зрушень, переважанню в професійно-кваліфікаційній структурі попиту та пропозиції робочої сили частки малокваліфікованої праці тощо.

Забезпечення ефективної зайнятості потребує впровадження інноваційних методів державного регулювання у сфері зайнятості населення. Основними інструментами такого державного регулювання є: вдосконалення трудового законодавства, яке має відповідати сучасним тенденціям у трудовій сфері; забезпечення збалансованості попиту та пропозиції у галузево-регіональних ринках праці; створення умов для професійної та територіальної мобільності робочої сили; підвищення якості робочих місць; реформування системи оплати праці має здійснюватися за трьома напрямками: перегляд і вдосконалення розрахунку прожиткового

мінімуму, індексація заробітної плати, відповідно до зростання індексу споживчих цін, та реформування оплати праці у бюджетному секторі.

Визначені проблеми потребують окреслення пріоритетних напрямків реформування ринку праці. До яких можна віднести:

- створення нових робочих місць через формування інноваційних кластерів;

- стимулювання самозайнятості на ринку праці;

- вдосконалення системи оплати праці з метою відродження основних функцій заробітної плати;

- збільшення попиту на робочу силу як з боку приватного так і з боку державного сектору економіки;

- удосконалення нормативно-правового регулювання;

- спрямування державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу;

- створення сприятливого інвестиційного клімату в країні, що дасть можливість на відкриття додаткових робочих місць;

- удосконалення механізму державної підтримки ринку праці за рахунок надання субсидій на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів;

- підвищення продуктивності праці за допомогою використання нових знань та безперервного навчання протягом всього життя.

- розробити активну державну соціально-економічну політику, направлену на залучення молоді та випускників вищих навчальних закладів;

- удосконалення податкового законодавства у напрямку розвитку підприємництва.

Основні організаційні кроки уряд має негайно зробити для зупинення росту рівня безробіття, для розвитку вітчизняної промисловості та створення достатньої кількості висококваліфікованих робочих місць.

Таким чином, успішність подальшого подолання кризових явищ, що склалися потребує комплексної державної та регіональної політики, яка повинна включати реалізацію заходів зі створення додаткових робочих місць, удосконалення податкового законодавства у напрямку розвитку підприємництва і, як наслідок – підвищення фактичного рівня зайнятості та доходів населення. Саме тому вивчення ринку праці, його структури, відстеження основних його тенденцій завжди залишатиметься актуальним.

1. Буряк П. Ю. Економіка праці й соціально-економічні відносини. Київ : Центр навчальної літератури, 2010. 440 с. 2. Кулицький С. Проблеми розвитку ринку праці в Україні. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21> (дата звернення: 11.03.2021).

ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ І ТОВАРІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ

Реклама є основним зв'язком із споживачем та впливає на його комунікацію з компанією. Для ефективного та чіткого просування продукції використовуються інноваційні рекламні інструменти, які швидко розвиваються та набирають популярності у своєму використанні. Сьогодні Інтернет та соціальні мережі привертають все більшу увагу користувачів. Внаслідок ситуації, пов'язаної з пандемією, більшість покупці звертаються саме до онлайн-магазинів. Серед рекламних інструментів одними із найефективніших є: контекстна реклама, таргетована реклама, банерна реклама, просування товарів за допомогою соціальних мереж, а також Інтернет-маркетинг в цілому.

Target в перекладі з англійської означає – мета. Таким чином, таргетована реклама – це спрямований вплив на цільову аудиторію, яка з високим ступенем ймовірності цікавиться товаром або послугою. Коли користувачі реєструють свій обліковий запис на будь-якій соціальній платформі, вони добровільно заповнюють анкетні дані. Вводять статі, вік, місце проживання та навчання, сімейний стан, інтереси, вступають в групи, підписуються на користувачів. Всі ці дані обробляють роботи соцмереж і складають сегменти користувачів за інтересами та іншим параметрам [1].

Таргетована реклама це оголошення, які транслюються для деякої цільової аудиторії на основі певної інформації з профілю користувача.

Таргетована реклама базується на збиранні найбільш детальної інформації про користувача. Після аналізу масиву даних, система сегментує відвідувачів по різних категоріям відповідно за їхніми інтересами. У соціальних мережах цей принцип реалізується дуже просто, бо ще при реєстрації користувачі добровільно вводять особисті дані в поля анкети. Таргет дозволяє сконцентруватися на аудиторії з конкретними захопленнями та інтересами. Реклама є націленою на людей, які зацікавлені у вашій послугі або пропозиції. Такий підхід дозволяє покращити рекламний потенціал, підвищити результативність кампанії та скоротити витрати.

Основні переваги таргетованої реклами:

1. Можливість рекламувати товар без наявності сайту - це зручно для малого бізнесу. Можна створити сторінку вашої компанії в соціальних мережах, з описом товарів або послуг, і приводити клієнтів саме на неї.
2. Гнучкі налаштування: можна вибрати різні цільові групи з дуже широким переліком параметрів.
3. Можливість працювати з кожною групою користувачів окремо, створювати різні оголошення для різної аудиторії.

4. Простий та швидкий спосіб отримати клієнтів.

5. Персоналізація оголошень. Формат таргетованої реклами - це картинка + заголовок і опис. Плюс такого формату в тому, що можна досить легко зачепити увагу користувачів креативом в блоці таргетових оголошень і збільшити клікабельність банера.

Після збору та аналізу інформації, система розподіляє її за певними критеріями у різні цільові групи. Ось деякі з критеріїв:

- соціально-демографічний принцип. Пошук клієнтів на основі соціальних параметрів: статі, віку, освіти, професії або певного статусу;

- виконані дії. Оцінюються дії людей в інтернеті та соціальних мережах (лайки та репости на основі інтересів, переходи на певні сторінки, приналежність до схожих спільнот та підписки на конкурентів).

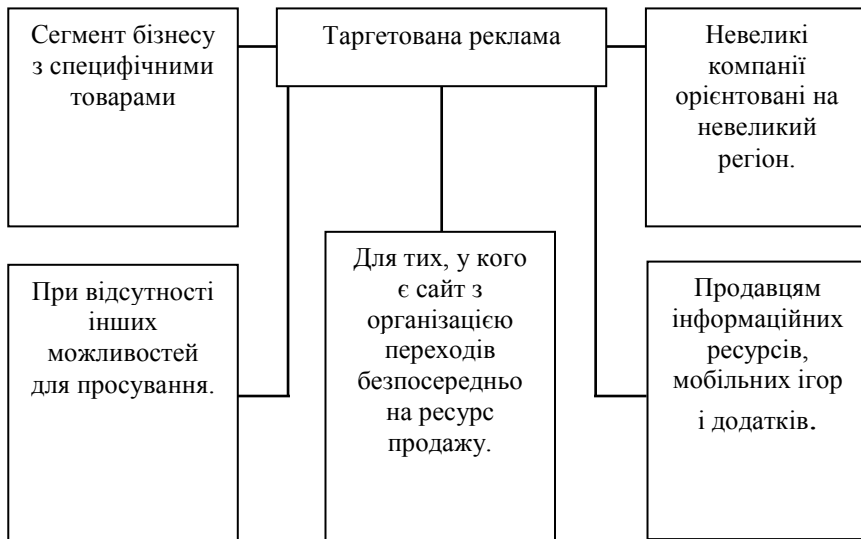
- часові параметри. Відстеження максимальної активності користувачів в певний час, завдяки чому можна знайти оптимальні години для публікацій;

- географічне розташування. Реклама показується тій аудиторії, яка знаходиться в певному місці розташування;

- мобільний формат. Таргет стосується користувачів смартфонів та планшетів. Він підлаштовує оголошення під певний мобільний формат.

Таргетована реклама в соціальних мережах і за її межами – це ефективний канал комунікації з аудиторією. У власних профілях користувачі вказують дуже багато інформації, яка так необхідна рекламодавцям – це не тільки стать, вік і сімейний стан, але інтереси і захоплення користувача [2].

Кому слід використовувати таргетовану рекламу:



Головна перевага таргетингу в тому, що він підходить під будь-які види діяльності. Навіть якщо є хоч якась можливість виділити цільову аудиторію і налаштувати таргетовану рекламу, це варто зробити. Грамотне читання аналітики і пошук відповідних параметрів дозволить знайти покупців товарів і послуг, залучити зацікавлених користувачів краще, ніж це зроблять будь-які інші методи залучення [3].

Отже, ефективним способом просування в Інтернет-мережі є таргетинг, який на даний момент стрімко розвивається та набуває популярності.

1. Особливості таргетованої реклами. URL: <https://report.if.ua/socium/osoblyvosti-targetovanoi-reklamy> (дата звернення: 15.03.2021).
2. Что такое ТГБ реклама. Требования к баннерам и подложкам. URL: <https://rabotayouth.ru/uk/chto-takoe-tgb-reklama-trebovaniya-k-banneram-i-podlozhkam-a.html> (дата звернення: 15.03.2021).
3. Таргетована реклама: що це, для чого вона потрібна, як ефективно використовувати? URL: <https://bestmarketing.com.ua/ua/targetovana-reklama-shcho-tse-i-dlya-choho-vona-potribna> (дата звернення: 15.03.2021).

Миронюк І. М., студентка

Науковий керівник: Фроленкова Н.А., к.е.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ НА ЕЛЕКТРОННОМУ РИНКУ

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується низкою тенденцій та проблем, що робить надзвичайно складним процес виживання та розвитку підприємств в усіх галузях. Одним з найбільш перспективних сучасних способів диверсифікації є вихід на електронні ринки.

Електронний ринок являє собою середовище з більш досконалою конкуренцією, ніж традиційний ринок. На електронному ринку значно більша кількість продавців і покупців, практично відсутні бар'єри для виходу на ринок нових учасників, є вільний доступ до інформації.

В загальному вигляді можна виділити три сектори Internet-ринку:

- електронний ринок роздрібної торгівлі (електронний споживчий ринок);
- електронний ринок торгівлі між підприємствами;
- електронний фінансовий ринок (банківські послуги, послуги брокерських компаній).

Усі підприємства, що працюють на сучасному ринку, можна поділити на 3 групи стосовно електронного бізнесу:

1. традиційні (brick-and-mortar), які діють на реальному фізичному ринку і не звертаються до електронного бізнесу, якщо до цього їх не змушують певні обставини;

2. змішані (click-and-brick), які певну частку своєї діяльності здійснюють через мережу Internet;

3. повністю електронні (click-only), які існують лише в мережі Internet.

Інтернет-маркетинг – один з головних аспектів, що допомагають підвищувати популярність бренду в Інтернеті.

Сторінка компанії в соцмережах допомагає вирішити низку питань, таких як:

- Комунікація з цільовою аудиторією;
- Формування спільноти лояльних клієнтів;
- Підвищення впізнаваності бренда;
- Продаж товарів та послуг;

Основною структурною одиницею електронного ринку є веб-сайт. Сьогодні немає єдиної класифікації сайтів, проте аналіз існуючих підходів дозволив структурувати типи сайтів за критеріями їх призначення:

- бізнес-сайти: інтернет-представництва, візитки, корпоративні сайти, інтернет-вітрини, промо-сайти, інтернет-магазини, торгові площадки;

- інформаційні ресурси: тематичні сайти, інтернет-портали, блоги, каталоги сайтів;
 - веб-сервери: пошукові системи, поштові системи, інтернет-форуми, хостинги, дошки оголошень, соціальні мережі.
- Охарактеризуємо детальніше декілька типів сайтів:

- Сайт-візитка – найпростіший з усіх видів сайтів. Фактично являє собою електронну версію звичайної паперової візитки. На сайті-візитці міститься основна інформація про компанію, її контакти, види діяльності та основні послуги, що надаються.

- Сайт-каталог (вітрина) – різновид сайту-візитки, у якому вбудований каталог товарів або послуг. Це структурований каталог продукції компанії, але організований таким чином, щоб клієнт зробив якомога менше кліків, для того, щоб знайти потрібний товар.

- Інтернет-магазин - це сайт-вітрина з можливістю онлайн оплати покупок, який сьогодні необхідний для збільшення продажів будь-якої компанії і призначений для розширення цільової аудиторії в інших регіонах.

- Корпоративний сайт – це повноцінне представництво компанії в Інтернеті. Це багатофункціональний сайт, який містить повну інформацію про фірму, послуги чи продукцію, які вона пропонує, тощо.

- Лендінг («посадкова сторінка») являє собою спеціально спроектовану сторінку сайту, яка покликана спонукати відвідувачів до вчинення певної дії: придбання товару, оформлення підписки, замовлення послуги тощо. Це односторінковий сайт з формою заявки, який розробляється під окрему кампанію просування продукту або послуги.

- Промо-сайт створюють для просування нових пропозицій. Крім того, промо-сайти використовуються як додаткові для проведення конкурсів, акцій, розіграшів призів або презентації чогось нового.

Кожен з цих типів сайтів має низку переваг та недоліків і використовується для виконання певної задачі. Очевидно, що така велика різноманітність структур, які забезпечують реалізацію бізнес-процесів на електронному ринку надає для підприємств широкі можливості у виборі форми просування своєї продукції і послуг, комунікацій зі споживачами, партнерами, державними органами.

Нетепчук В. В., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КРИТЕРІЙ ТА ПОКАЗНИКИ ОПЕРАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ АВТОСЕРВІСУ

Досвід впровадження у менеджменті моделі управління за цілями і розвиток її положень [1], призвели до появи понять управління ефективністю діяльності та ключові показники ефективності, суть яких базується на твердженні, що ефективність окремих операцій і процесів дозволяє підвищити загальну фінансову, ринкову і виробничу ефективність прибуткових і неприбуткових підприємств та організацій.

Часто, оцінку ефективності діяльності суб'єкта підприємницької діяльності зводять до оцінки результатуючих фінансових показників. Прагнення вдосконалити фінансові результати бізнесу шляхом нарощування матеріальних активів і збільшенням числа робочих місць без відповідного вдосконалення організаційної культури підприємства, планування, організації і контролю відповідності внутрішніх бізнес-процесів не призводить до покращення фінансової привабливості та конкурентоздатності бізнесу. І, навіть всупереч очікуванням, часто призводить до погіршення фінансових результатів. Тому, доцільно шукати шляхи покращення стану бізнесу в адекватному визначенні критеріїв та показників операційної ефективності бізнесу, системному оперативному і стратегічному управлінні ними.

Для того, щоб описати зв'язок між операційною ефективністю та ефективністю бізнесу в цілому слід врахувати зміст бізнес-діяльності, сукупність характеристик її бізнес-процесів, закономірності їх взаємозв'язків між собою і можливості їх регулювання з боку суб'єкта управління. На вирішення останнього питання і було спрямоване дослідження.

Ціллю даної статті є дослідження змісту критеріїв операційної ефективності та їх впливу на ефективність діяльності організацій в цілому. Об'єктом дослідження є діяльність незалежного автосервісного підприємства.

Предметом дослідження є критерії операційної ефективності.

Система оцінювання ефективності будується на основі набору критеріїв, які включають у себе систему показників і конкретно визначене коло бізнес-процесів і процедур, що відбуваються на підприємстві для виконання певного виду економічної діяльності.

У теперішній час досить поширеною у практичному застосуванні менеджерів є система збалансованих показників оцінки розвитку бізнесу [2], яка припускає, що покращення фінансового результату можна отримати шляхом системного управління стосунками із клієнтами, управління бізнес процесами та розвитком персоналу.

Ефективність виробництва характеризується рівнем використання ресурсів підприємства з урахуванням факторів впливу зовнішнього середовища [4]. Визначення ефективності роботи полягає в оцінюванні його результатів, але сама по собі величина отриманих результатів не дає змоги зробити висновки про рівень ефективності роботи, оскільки невідомо, якою ціною вони були отримані. Тому, для об'єктивного визначення оцінки ефективності підприємства слід враховувати оцінку затрат, що дали змогу одержати наявний результат, а також організаційні, управлінські, технологічні та інші особливості підприємства.

Розвиток системи збалансованих показників ми можемо відслідковувати у стандарті ISO 10014:2008 «Управління якістю – Вказівки з отримання фінансових і економічних вигод». Ефективність бізнесу забезпечується завдяки реалізації циклу постійного покращення в результаті чого покращуються такі показники [3]:

	Показники	Належність до групи (модель СЗПЕ)
1.1.	Доходи та темпи їх зростання	Фінанси
1.2.	Зростання виручки	
1.3.	Скорочення затрат	
1.4.	Покращення рівня виконання бюджету	
1.5.	Зростання потоку готівки	
1.6.	Підвищення доходу від інвестованого капіталу	
2.1.	Підвищення конкурентоспроможності	Клієнти
2.2.	Додаткове залученню, збереження та лояльність клієнтів	
2.3.	Скорочення терміну виходу на ринок	
3.1.	Підвищення ефективності прийнятих рішень	Процеси
3.2.	Оптимізація процесів та підвищення їх ефективності та результативності	
3.3.	Покращення роботи в мережі поставок	
3.4.	Оптимізація використання наявних ресурсів	
4.1.	Розширення діяльності, підвищення надійності та стабільності організації	Персонал
4.2.	Підвищення відповідальності співробітників	
4.3.	Зростання інтелектуального капіталу	

Процесний підхід, що є в переліку ключових принципів управління якістю, є також зручним і в управлінні ефективністю підприємства. Він насамперед припускає, що управління процесом і кожною із його складових робіт відбувається із застосуванням методик [5]: система

збалансованих показників; еталонний аналіз; інформаційна панель; аналіз характеру і наслідків відмов (FMEA); аудит процесів; аналіз тенденцій.

Результатом застосування зазначених методик [5] є зменшення затрат, оптимальне використання наявних ресурсів, ріст відповідальності персоналу; оптимальні, ефективні і раціональні процеси; скорочення часового періоду від початку розробки виробу до його виведення на ринок.

1. Нетепчук В. В. Самоменеджмент : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2013. 354 с.
2. Нортон Р., Каплан Д. Сбалансированная система показателей. Москва : Олимп-Бизнес, 2014. 320 с.
3. ДСТУ ISO 10014:2008 Управління якістю. Настанови щодо реалізації фінансових та економічних переваг (ISO 10014:2008, IDT). [Чинний від 01-01-2010]. Вид. офіц. Київ : Науково-дослідний інститут метрології вимірювальних і управляючих систем (ДП «НДІ «Система»), 2008. 164 с.
4. Володькіна М. В. Економіка промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 196 с.
5. Н. Н. Корсикова, А. В. Толстых. Проблемы формирования интегрированной системы качества. *Економіка харчової промисловості*. 2010. № 2. С. 21–26.

Пархомчук О.О., студентка

Науковий керівник: Пахаренко О.В., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність дає можливість іноземним та вітчизняним підприємствам успішно розвиватися в сучасному бізнес-середовищі, бути конкурентоспроможними на світовому ринку й ефективно використовувати власні можливості для допомоги у вирішенні локальних і глобальних проблем людства.

В ХХІ столітті 80% найбільших світових компаній працюють на засадах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), з метою досягнення цілей сталого розвитку. Ранні форми корпоративної соціальної відповідальності виникли в 1910 році, але не мали широкого застосування серед підприємств. Основоположником сучасної КСВ прийнято вважати американського економіста Говарда Боуена, який сформулював термін «корпоративна соціальна відповідальність» і окреслив основні принципи та цілі. Вчені досі не змогли прийти до єдиного спільного формулювання цього поняття [4].

У науковій літературі корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) передбачає просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству, сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку [3, с. 23].

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати як відповідальне ставлення компанії до власного продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка проявляється через гармонійне співіснування, взаємодію та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

За визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – концепція, згідно з якою компанії інтегрують у свою діяльність соціальні та екологічні питання. Перші активності у цьому контексті здійснювались ще у 1850-1950 рр., коли успішні американські промисловці почали щедро вкладати кошти у розвиток культури, освіти, медицини, а також умови праці.

Нині найбільшою світовою проблемою є пандемія Covid-19, на боротьбу з якою направлена діяльність органів державної влади, підприємств, громадян. У квітні 2020 року кількість хворих у світі перевищила 1,5 млн. осіб, в Україні – 2 тис. осіб. Кількість хворих щодня збільшується в геометричній прогресії. Вчені дають невтішні прогнози стосовно стану економіки під час пандемії і після її закінчення. Через карантинні заходи

зменшується виробництво в різних країнах світу. Відповідно зменшуються і обсяги постачань та торговельних операцій.

Дослідження американського Інституту міжнародних фінансів (ІФ) показало, що економічні показники у 2020 році зростуть максимум на 1% і це стане найгіршим результатом після кризи 2007–2008 років. За оцінюванням експертів, Європейський Союз на ліквідацію наслідків епідемії витратить близько 320 млрд. євро [2].

Оскільки темпи світового економічного зростання знижаться, відповідно уповільниться зростання ВВП України. Окрім сповільнення темпів зростання ВВП, Україну очікує падіння темпів промислового виробництва, девальвація гривні через недоотримання валютної виручки експортерами, збільшення державного боргу перед інвесторами, зростання безробіття, скорочення експорту та зниження привабливості боргових цінних паперів уряду. До початку пандемії COVID-19 зростання ВВП України в 2020 році очікувалося на рівні 3,6%, але за прогнозами експертів, відбудеться зростання не більше ніж на 1,7%.

У такій ситуації все більше компанії приходять до висновку, що не час відмовлятися від засад корпоративної соціальної відповідальності, а необхідно направити всі ресурси на швидке подолання вірусу. Підприємства, які продовжують піклуватися про громадян, співробітників, зміцнюють свою репутацію, отримують конкурентні переваги і лояльність споживачів.

З початку епідемії найбільші українські підприємства виділили на боротьбу з епідемією близько 780 млн. грн. і ця сума продовжує зростати.

Попри те, що бізнес в Україні страждає і доходи зменшилися, підприємці усвідомлюють, що без їх допомоги держава не здатна забезпечити всі лікарні і хворих необхідним обладнанням, засобами захисту та медикаментами. У такий період попит щодня змінюється і виробники повинні швидко реагувати на відповідні зміни.

Розглянемо досвід іноземних компаній, щодо реалізації КСВ у період пандемії. Французька компанія «LVMH», яка виробляє предмети розкоші під торговими марками «Christian Dior», «Louis Vuitton», «Givenchy» почала випускати дезінфікуючий спиртовий гель. Його будуть передавати владі Франції безкоштовно, щоб усунути дефіцит. «LVMH» буде виконувати це зобов'язання поки це буде необхідно французьким органам охорони здоров'я.

Під час пандемії існує дефіцит медичних засобів, як для працівників медицини, так і для населення. Генеральний директор «Apple» Тім Кук повідомив, що компанія пожертвує мільйон масок медичним працівникам США та Європи. Компанія «Amazon» надала більше мільйона товарів медичним працівникам, включаючи захисні маски, костюми індивідуального захисту та одноразові рукавички. Фонд «UPS» забезпечив безкоштовне авіап перевезення понад чотирьох мільйонів респіраторних масок, сотень тисяч захисних костюмів та інших засобів особистого захисту

до Китаю. Компанія «Johnson & Johnson» закупила мільйон масок, а також захисні окуляри, костюми, термометри та респіратори і передала їх до епіцентрів ураження в Китаї.

Станом на березень 2020 року 46 держав закрили навчальні заклади, перемістивши освітній процес на платформи дистанційного навчання. Багато закладів освіти не були готові до таких змін і не мали необхідної технічної бази для повноцінного відтворення навчального процесу. Постачальник програмного забезпечення для відеоконференцій «Zoom» долучився до вирішення цієї проблеми і надає безкоштовно необмежену кількість можливостей для проведення відеоконференцій навчальним закладам Китаю, США, Японії та Італії. Компанія «Scholastic», яка займається освітніми ресурсами, створила сайт «Вчися з дому», що наповнений онлайн-ресурсами для навчання, такими як статті, історії, відеоролики та практичні завдання. Телекомунікаційна компанія «AT&T» долучилася до Коаліції Державної асоціації директорів освітніх технологій (SETDA) з електронного навчання. Коаліція безкоштовно збиратиме та надаватиме ресурси для електронного навчання державним освітнім установам та шкільним округам.

Спалах Covid-19 суттєво вплинув на ланцюг поставок медичних засобів в Україну, що спричинило нестачу масок, засобів індивідуального захисту для медиків, антисептиків, медикаментів та обладнання. Дефіцит медичного обладнання і товарів під час епідемії може призвести до погіршення ситуації, збільшення кількості інфікованих. Тому потрібна кооперація логістичних компаній, перевізників та виробників для налагодження процесу безперебійної поставки товарів, необхідних для боротьби з епідемією.

Хорошою ініціативою було б створення сайту, де розміщувалася б інформація про проблеми, що вимагають термінового вирішення і де необхідна підтримка підприємств. Така підтримка може передбачати купівлю медичного обладнання, засобів індивідуального захисту для медичних працівників, забезпечення транспортних і логістичних операцій для переміщення товарів або людей, надання у використанні складських або офісних приміщень для зберігання медичних засобів, підтримка в галузі ІТ і т. д.

У нашій країні існує велика кількість волонтерських спільнот, які допомагають людям, що постраждали від Covid-19. Діяльність таких організацій не має комерційних цілей, тому їм необхідні грошові ресурси, які можуть надати підприємства. Для допомоги постраждалим від вірусу не лише в Україні, можна зробити благодійний внесок у фонд «SERF», який був створений на базі ООН під егідою ВООЗ. Кошти будуть витрачені на дослідження вірусу, розроблення вакцини проти Covid-19 та допомогу постраждалим.

Провідні українські компанії активізують свої корпоративні громадянські зусилля, щоб допомогти задовольнити критичні потреби в цей

складний час. Уже нині можна навести приклади успішної реалізації принципів КСВ вітчизняними підприємствами.

Фармацевтична компанія «Дарниця» і благодійний фонд «Zagoriy Foundation» передали три апарати штучної вентиляції легень в Київську міську клінічну лікарню. Група компаній «Епіцентр» щомісячно буде виділяти 1% від обороту, що складає близько 40–50 млн грн. Вже виділено 150 млн грн і на них замовлено 150 апаратів штучної вентиляції легень, закуплено інше необхідне медичне обладнання. Виробник соняшникової олії «Кернел» виділив 85 млн грн державному фонду для закупівлі експрес-тестів і медичного обладнання для лікарень Полтавської та Кіровоградської областей [10].

Серед компаній, що допомагають у боротьбі з вірусом – «Нова Пошта», «Moneyveo», «ELEKS», «Фармак», «Сільпо», «Епіцентр», «Vodafone Україна» та інші [8].

Сьогодні ми можемо спостерігати, як багато компаній включилися в боротьбу з вірусом і супутньою кризою. Ось лише декілька прикладів таких активностей:

- JDE забезпечила більше 800 000 чашок кави (і це лише в Україні) для медиків та екстрених служб, які цілодобово рятують пацієнтів.

- TEDIS Ukraine провели благодійний аукціон з метою підтримки у період карантину самотніх літніх людей, які зазнають труднощів з придбанням продуктів і ліків. Лотами на аукціоні були hand made вироби працівників компанії та членів їхніх сімей. На зібрані кошти закуплено продуктові набори та передано людям похилого віку в різних регіонах України.

- Vodafone Україна надала безкоштовний доступ до пізнавально-розважальних сервісів: Vodafone Press, Vodafone Music, Bookmate і BeFit, щоб підбадьорити тих, хто залишався вдома на карантині. Для абонентів передплатених тарифів було надано можливість безкоштовно підключити послугу Online Pass, щоб безлімітно спілкуватися в популярних соціальних мережах і месенджерах. А в рамках підтримки проєкту «Всеукраїнська школа online» було відкрито вільний доступ до трансляцій уроків через сервіс Vodafone TV.

- Бізнес-клієнти отримали від Київстар доступ до рішень з організації віддалених офісів у будь-якій точці країни без абонентної плати.

- lifecell анонсував ініціативу з підтримки медиків України та почав безкоштовно надавати 20 ГБ Інтернету та 1500 хвилин для дзвінків на міські та мобільні номери по Україні. Оператор також скасував плату за дзвінки і трафік на вебресурсах МОЗ і МЗС України.

У складний час епідемії всім сферам, галузям економіки, населенню необхідна підтримка, яку держава не може надати в повному обсязі. Об'єднавши зусилля, фінанси, людські ресурси та ідеї, підприємці можуть допомогти швидше подолати вірус.

Корпоративна соціальна відповідальність передбачає відповідальне ставлення виробника до якості продукту, врахування інтересів суспільства та відповідальність за вплив діяльності на навколишнє середовище, працівників, партнерів, споживачів. Кожне підприємство самостійно і добровільно обирає якого підходу притримуватися, куди направляти свої ресурси.

Період пандемії – це складний час для населення, бізнесу, держави. Оскільки через карантинні заходи зупиняється діяльність багатьох підприємств і промисловий комплекс не може повноцінно функціонувати і розвиватися, це призводить до девальвація національної валюти, збільшення державного боргу, зростання безробіття, скорочення експорту. Якщо державні органи влади не в змозі забезпечити належний соціальний захист населення, то це зобов'язання можуть перейняти на себе соціально відповідальні підприємства. Такі компанії враховують соціальні, економічні та правові потреби громадян. Але для швидкого подолання епідемії Covid-19 в Україні підприємства, громадяни та державні органи мають об'єднати власні можливості та ресурси, перейняти досвід іноземних партнерів у боротьбі з вірусом.

Серед заходів, за рахунок яких українські компанії зможуть допомогти співвітчизникам, можна виділити розроблення сайту для координації дій і пошуку партнерів для вирішення суспільних проблем, фінансову підтримку волонтерських організацій, швидке переобладнання заводів для виробництва дефіцитних товарів, кооперацію виробників, налагодження надійних ланцюгів безперебійної доставки препаратів, обладнання та медичних засобів.

1. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2012. № 6 (2). С. 159–169. 2. Відповідальний бізнес: як компанії підтримували одна одну та суспільство. URL: <https://eba.com.ua/vidpovidalnyj-biznes-yak-kompaniyi-pidtrymuvaly-odna-odnu-ta-suspilstvo> (дата звернення 12.03.2021). 3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода. *Києво-Могилянська Бізнес Студія*. 2005. № 10. С. 34–38. 4. Елкінгтон Дж. Канібали з виделками: потрібна нижня лінія бізнесу XXI століття. Chicago : Capstone Publishing, 2000. 162 с. 5. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 302 с. 6. Полторак А. С. Ефективне управління фінансовими ризиками в системі економічної безпеки України. *Агросвіт*. 2015. № 1. С. 34–39. 7. Посканна О. Список бізнесменів та компаній, які допомагають справитись з Covid-19. URL: <https://gordonua.com/publications/polnyy-spisok-biznesmenov-i-kompaniy-kotorye-pomogayut-ukraine-spravitsya-s-koronavirusom-obnovlyatsya-1491415.html> (дата звернення: 13.03.2021).

НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТ – ШЛЯХ ДО СТВОРЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Процес залучення, навчання та утримування працівників з творчим підходом до справи, а також створення оптимального мікроклімату в кожному трудовому колективі, є головною умовою для створення креативної організації.

Співробітники будуть ефективно працювати на благо колективу, якщо це дасть їм можливість досягти того, чого вони бажають, але не можуть здійснити поодиночі. Численні дослідження довели, що покарання та заохочення людини майже не відображаються на її продуктивності. Сьогодні працювати з максимальною самовіддачею працівники будуть лише тоді, коли вони мотивовані внутрішньо, а це, у першу чергу, означає, що менеджери повинні визнати у кожному з них думаючу істоту, і надати достатню свободу та можливість діяти за власним розсудом.

Така проблема сьогодні стоїть перед бізнесом, і без її вирішення не можливий подальший розвиток й реалізація нової парадигми менеджменту у XXI столітті. Тому одним з напрямків вирішення цієї проблеми, на нашу думку, може стати запровадження досягнень сучасної науки під назвою нейробіологія. Детальне вивчення функцій головного мозку людини зайнятої розумовою працею, яка приймає управлінські рішення, дозволяє вченим говорити про появу специфічної, абсолютно нової галузі науки, що потребує детальних досліджень, – *нейроменеджмент*.

Нейроменеджмент – це нова концепція, яка пов'язує нейронауки, поведінкові й організаційні науки та управління, яка відкриває невизначене поле для інвестицій. Це результат досліджень неврології та поведінки людини, метою яких є забезпечення лідерів бізнесу та людських ресурсів, що складають компанію, інструментами, які науково підтверджені, на основі детального розуміння того, як працює мозок людини [1].

Нейроменеджмент – це напрям науки на перетині нейробіології, психології та менеджменту, що пояснює чинки і поведінку людей за допомогою аналізу біохімічних процесів, які відбуваються в організмі [2].

Нейроменеджмент (NRM) – це система знань, що поєднує нейронауку, психологію, когнітивізм та біхевіоралізм. Тому менеджери з персоналу повинні завжди критично дивитись на нові відкриття в галузі неврології, щоб визначити, що справді може стимулювати їхню компанію [3].

Виходячи з таких понять, можна зрозуміти, що нейроменеджмент, це щось нове для науки управління, що потребує детального вивчення й дослідження його практичного значення. Дана галузь науки доволі сучасна й стане в нагоді менеджерам, які працюють з людьми і від прийнятих ними рішень дуже часто залежить доля найманих працівників.

NRM спрямований на розуміння людської поведінки в цілому, що дозволяє розпізнавати потенційних працівників, здатних адаптуватися до роботи в компанії, навіть якщо вони мають дуже мало навичок.

Слідуючи тим самим міркуванням, ми можемо визначити нейроменеджмент таким чином: «NRM – це міждисциплінарна сфера, яка використовує методи нейровізуалізації для виявлення нейронних субстратів, пов'язаних з рішеннями щодо людських ресурсів та поведінкою у професійному середовищі» [4].

Отже, це новий підхід до управління, покликаний пояснити функціонування людини, поведінку людей у різних професійних ситуаціях та те, як захопити цей ресурс повною мірою використовувати свої професійні уміння та навички.

Цей підхід було розроблено в 1987 році Жаком Фраденом та групою французьких дослідників з Інституту екологічної медицини для вирішення проблем управління, що виникають у компанії, призначених для поліпшення людських ресурсів. Це не терапія, а скоріше науково обґрунтований підхід до ефективності, «його метою не є ні заміщення, ні наближення до психоаналізу. Мета полягає в тому, щоб допомогти керівникам зрозуміти основні емоції, наміри та зміни поведінки своїх підлеглих на основі нейронауки» [4].

Використання знань з теорії NRM сприяє вдосконаленню управління людськими ресурсами, одночасно надаючи чіткі відповіді на питання, які вже давно хвилюють менеджерів з управління персоналом.

Близько 3% американських компаній зараз перебувають у процесі кардинальної зміни своїх систем управління ефективністю через те, що існуючі системи менеджменту не дозволяють запроваджувати креативність та збільшувати їх продуктивність.

За даними американської організації NeuroLeadership Institute, майже 1000 великих американських компаній використовують NRM у своїй системі управління ефективністю, особливість якої полягає в тому, щоб повністю відкинути можливі загрози для працівників [4].

У більшості випадків креативність організації є результатом постійних незначних зрушень в мисленні її працівників. Кожен працівник володіє властивими тільки йому, особливостями індивідуального мислення та пов'язаного з цим загального інтелекту, тому основним завданням керівника має стати робота направлена на виховання у підлеглих працівників компанії уміння приходити до спільної думки, яка допоможе персоналу розвиватись у професійному креативному напрямку. Спільною роботою в команді за допомогою методів NRM, можна досягнути кращих результатів, вийти на вищий рівень продуктивності, розвиватись з кожним днем все більше і краще. Саме це в майбутньому має допомогти створити креативну організацію, яка буде цікава людям, що прагнуть творчої діяльності і бажають постійно вдосконалюватися.

Використання методів NRM дозволить керівнику створювати робочу атмосферу, коли взаєморозуміння, мотивація та співпраця стають головними рушіями успіху компанії, що дозволить працівникам швидко інтегруватися в компанію, знаходити рівновагу в роботі, покращувати здатність менеджера мобілізувати та мотивувати персонал, використовувати методи коучингу, набирати персонал та покращувати ефективність роботи команди.

Використання методів нейроменеджменту дозволить досягти певного успіху не тільки в сфері менеджменту, а й в супутніх напрямках роботи, які пов'язані саме з психологією людини. Саме креативність допоможе, досягати високих результатів і поставлених цілей, злагоджено працювати в команді за допомогою досягнень науки пов'язаних з нейроменеджментом.

Нейроменеджмент дає можливість, знаючи особливості людського мозку, досягати успіху в бізнесі. Нестандартні підходи нейроменеджменту призводять до підвищення якості управління організаціями, що в свою чергу, позитивно відображається на якості їх пропозиції та задоволеності споживачів, співробітників і всіх зацікавлених сторін, а це є основою для підвищення якості життя людей у сучасному суспільстві [5].

Висновки. Мета цієї дослідницької роботи – вивчити зв'язок між нейроменеджментом та ефективністю роботи персоналу, адже вивчення літературних джерел з даної проблеми показало, що між цими двома змінними існує тісний кореляційний зв'язок.

В своїй роботі ми спробували показати, що розвиток нейрології робить HRM новим перспективним вченням. Управління людськими ресурсами за допомогою знань з нейробиології, по своїй суті, сприятиме знанням та розумінню людської психології, що дозволить зблизитися інтересам особистості, групи та компанії і стане основою для створення креативної організації, яка інтегруватиме людську сутність як ключовий фактор ефективності, а її вплив на продуктивність компанії буде значним і вирішальним.

1. Чарльз С. Джейкобс. Нейроменеджмент. Київ : Companion Group, 2011. 208 с.
2. Нейробиологія. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 20.03.2021).
3. Нейроменеджмент. Менеджмент: вебсайт. URL: <http://www.management.com.ua/notes/neuromanagement.html> (дата звернення: 20.03.2021).
4. Атіка Карім, Мохаммед Фаріді, Суад Рафік. Нейроменеджмент. Ключ до ведення огляду літератури про ефективність. *Міжнародний журнал управління бізнесом та технологіями*. 2019. Том 3. Вип. 1. С. 124–131.
5. Бондаренко С. М. Нейроменеджмент організацій як інструмент підвищення якості життя людей у сучасному суспільстві URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream> (дата звернення: 21.03.2021).

ВПЛИВ БІОТЕРОРИЗМУ НА БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Біотероризм, безсумнівно, є однією з головних загроз міжнародній безпеці протягом тривалого часу. Терористи, усвідомлюючи власну некомпетентність у відкритому військовому конфлікті, дуже творчо винаходять різні асиметричні та нетрадиційні методи ведення бою, включаючи біологічну зброю, яка дуже легко може стати найбільш широко використовуваною. Дж. Вулсі, колишній директор ЦРУ, детально проаналізував проблему і виявив, що загроза використання біологічної зброї як ракетно-ядерної атаки на США є набагато реальнішою і вірогіднішою, навіть визнаючи, що біологічну зброю можна вважати зброєю масового знищення у всьому світі.

Слід визнати, що заходи протидії біотероризму в сучасному світі ще недосконалі й малоефективні. Найбільш ефективною видається система протидії, налагоджена у США, яка створена після терористичної атаки 11 вересня 2001 року (Закон про захист здоров'я населення й реагування на біотероризм). Україна явно відстає в питаннях біобезпеки, хоча на сьогодні є певні організаційні заходи щодо захисту населення від особливо небезпечних інфекцій.

Вайолет Пінто визначає біотероризм як "заплановане та навмисне використання патогенних штамів мікроорганізмів, таких як бактерії, віруси або токсини, для масового розповсюдження хвороб, що загрожують життю, для знищення населення району" [1]. Іншими словами, біотерористична атака спрямована на вивільнення вірусів, бактерій чи інших факторів, які можуть спричинити хворобу або смерть людей, тварин чи рослин.

Інновації, які характерні для Четвертої промислової революції, не тільки відкривають доступ до синтетичної біології людям, далеким від науки, а й створюють ризик появи «модернізованих» версій існуючих патогенів. За допомогою штучного інтелекту і технології CRISPR /Cas9 терористи можуть створювати віруси, стійкі до існуючих вакцин, що може призвести до появи нового виду зброї масового ураження. Речовини, що трапляються за звичайних обставин у дикій природі, також можуть вироблятися в спеціально пристосованих лабораторіях. Подібні маніпуляції з цими речовинами можуть швидко збільшити їх потенціал викликати захворювання, краще поширюватися в навколишньому середовищі, а також підвищувати їх стійкість до діючих препаратів [1].

Аналізуючи біотерористичну активність, важливе місце посідають характеристики причин інтересу до біологічної зброї та інфекційних хвороб. Зокрема, у давньому минулому кількість заражених інфекційними захворюваннями в кілька разів перевищувала кількість людей, які втратили життя внаслідок військових операцій.

В Україні теплішає клімат, а тому виникають умови розвитку інфекцій, які, звичайно, притаманні південним країнам, зокрема, країнам Африки. Тому створення ефективних систем біобезпеки — в інтересах кожної країни. Наприклад, у разі спалаху небезпечного захворювання кожна країна повинна мати затверджений перелік заходів, що потрібно робити на всіх рівнях.

В даний час головною метою біотероризму є створення страху або ослаблення суспільства для досягнення політичних, релігійних чи ідеологічних цілей. Його виконавцями є терористи, які зазвичай намагаються досягти своєї мети за допомогою терору, викликаного терором. Як приклад цього виду тероризму ми можемо розглянути подію, яка сталася в 2001 році, коли конверти, повні сибірської виразки, надіслані видатним особам, забрали 5 життів. Однак наслідком цих атак ми вважаємо не лише прямі людські втрати, але й той факт, що вони послужили натхненням для інших, які потім з'їжджалися, щоб розіслати підозрілі листи важливим громадським діячам [2; 3]. Хоча найбільшою загрозою 20-го століття була ядерна зброя, існує припущення, що в 21-му столітті ця зброя поступово буде вважатися вторинною і буде замінена на біологічну. Отже, захист від біологічного нападу не є абсолютно новою проблемою, і слід звернути увагу на ключові контрзаходи у галузі біотероризму (таблиця).

Таблиця

Характеристика біотероризму як режиму жорстокої боротьби

Назва	Характеристика
Розмір одиниці в бою	Маленькі (зазвичай менше десяти осіб)
Зброя	Ручні гранати, штурмові гвинтівки та спеціалізоване озброєння, наприклад, біологічні бомби, бомби з дистанційним управлінням, бомби з барометричним тиском
Тактика	Спеціалізована тактика: викрадення людей, вбивства, вибухи автомобілів, викрадення людей тощо.
Цілі	Державна символіка, політичні опоненти та громадськість загалом

Епідеміологічні заходи, які на сьогодні є головною зброєю в боротьбі з пандемією COVID-19, справляють негативний вплив на економіку і викликають значне занепокоєння в суспільстві. Тому уряди багатьох країн завчасно склали та оприлюднили поетапні плани виходу з карантину, які визначають умови впровадження кожного етапу послаблення карантинних вимог, а також план дій для поступового відновлення секторів економіки, які постраждали найбільше. Прикладом такого плану є Дорожня карта виходу з карантину проти COVID-19 у США [4], яка складається з 4

етапів (фаз). Наприклад від фази 1 (повільне поширення) до фази 4 (відновлення до наступної пандемії). Після того, як епідемію COVID-19 вдасться перемогти, потрібно переконатися, що США готові до виникнення нової загрози інфекційних захворювань. Для цього знадобляться інвестиції в наукові та дослідницькі ініціативи, розширення інфраструктури громадського здоров'я та мережі медичних закладів, збільшення кількості зайнятих у цих сферах, а також організація чіткої управлінської структури для реалізації планів готовності.

Тому в світі актуальні наступні заходи зменшення загроз з біотероризмом:

1. Застосування біологічної зброї існує в наш час, незважаючи на укладені міжнародні угоди. Тривають дослідження з протидії біотероризму на основі новітніх досягнень у галузі нано і біотехнології.

2. Необхідно контролювати можливе зростання ймовірності виникнення інфекційних захворювань, як грип (нових форм) за рахунок погіршення екологічних і економічних умов життя населення.

3. Відзначається підвищення стійкості патогенних бактерій, що вказує на можливість зміни генетичної структури мікроорганізмів.

4. Здійснювати плановий й постійний міжнародний контроль за розробленням біологічної зброї. Розробляти нові вакцини та проводити всеохоплюючу вакцинацію населення.

5. Здійснювати профілактику щодо запобігання інфекційним хворобам.

6. Поліпшувати економічні й екологічні умови життя населення з метою запобігання спалахам невідомих інфекційних хвороб.

1. Пінто В. Н. Біотероризм: пильність у секторі охорони здоров'я. *Journal of Natural Science, Biology and Medicine*. 2013. Вип. 4. № 1. URL: https://www.researchgate.net/publication/236600443_Bioterrorism_Health_sector_alertness (дата звернення: 16.03.2021). 2. Янсен Х., Брівелд Ф. Й., Стійніс Ч., Гробуш М. П. Біологічна війна, біотероризм та біозлочини. *Clinical Microbiology and Infection*. 2014. Вип. 14. № 6. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1198743X14641732> (дата звернення: 16.03.2021). 3. Комісаренко С. В. Світова коронавірусна криза. Київ : ЛАТ&K, 2020. 120 с. 4. National coronavirus response: A road map to reopening. URL: <https://www.aei.org/research-products/report/national-coronavirusresponse-a-road-map-to-reopening> (дата звернення: 16.03.2021). 5. Грек А. М., Сакун О. В., Иксарица В. В., Белых И. А., Батунов В. А. Биологическая опасность (вчера, сегодня, завтра). URL: prox.medved.kiev.ua (дата звернення: 17.03.2021).

Стасюк Б. Б., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Успішне суспільство має низку основних стратегічних факторів, що стоять в центрі соціально-економічного розвитку країни однією з них є правильна побудова фінансових відносин, через систему фінансового менеджменту. Механізм розподілу та контролю фінансових ресурсів і фондів грошових коштів отримав назву фінансового механізму.

Необхідною умовою прибуткової діяльності будь-якого підприємства є правильна і раціональна організація його фінансів. Для того, щоб успішно функціонувати на ринку кожне підприємство зобов'язане формувати, розподіляти і використовувати фонди грошових коштів, обґрунтовано залучати зовнішні джерела фінансування та ін.

Управління фінансами впливають на кількісні і якісні параметри будь-якого економічного явища чи процесу на підприємстві, а відтак і на кінцеві результати його діяльності. Фінансовий менеджмент – кваліфіковане управління фінансами сприяє швидкій адаптації підприємств до роботи у конкурентному ринковому середовищі, трансформації їх діяльності відповідно до змін чинного законодавства та вимог кон'юнктури ринку.

Очевидно, що менеджмент базується на цінностях, стратегіях та зокрема на цілях ефективного використання фінансових ресурсів підприємства та з метою реалізації процесу управління фінансами підприємств. Для цього застосовується фінансовий механізм, який як система управління фінансами та спосіб впливу на фінансові відносини через фінансові важелі за допомогою фінансових методів [2].

Огляд теоретичних аспектів формування та функціонування фінансового механізму управління сучасним підприємством дозволило визначити тлумачення сутності категорії «фінансовий механізм» вітчизняних та зарубіжних вчених.

Визначення поняття «фінансового механізму» в сучасній економічній думці наприклад автори: О. М. Ковалюк «...система визначених фінансовою політикою фінансових методів і фінансових важелів, які використовують у своїй діяльності держава та підприємства за відповідного правового, нормативного та інформаційного їх забезпечення»; П.С. Нікольський «Сукупність форм, методів і важелів планового управління фінансовими відносинами, пов'язаними з плануванням фінансів, утворенням, розподілом і використанням грошових доходів, нагромадженням фондів» [1].

Щодо визначень «фінансового менеджменту» Т.Черкасова в своїх дослідження до елементів системи фінансового менеджменту відносить такі: організаційна структура, кадри, методи, інструментарій, інформаційне забезпечення, технічні засоби, що впливають на вирішення стратегічних і

оперативних питань фінансового менеджменту, формуючи фінансову політику [3].

Дослідження провідних вчених, щодо фінансових механізмів не виділяють їх як відокремлений об'єкт вивчення, але всебічно і ґрунтовно досліджують фінансові методи впливу на підприємство, державу і суспільство. Щодо визначення фінансового механізму підприємства та його складових, якщо поза увагою лишити центральну складову механізму – економічний інтерес учасників фінансових відносин та її присутність у кожній складовій механізму. Отож, необхідно враховувати, що фінансовий механізм має забезпечувати таке поєднання факторів виробництва, його регуляторів, яке реалізує приватновласницькі та суспільні інтереси всіх учасників шляхом еквівалентного розподілу кінцевого продукту, зокрема включаючи і фінансових менеджерів.

Методологічні підходи до організації фінансів у вітчизняній науці дозволило виявити, що управління фінансами суб'єктів господарювання можна здійснювати на основі двох підходів:

- процесний підхід полягає у використанні сукупності форм, методів, прийомів управління рухом фінансових ресурсів;
- системний підхід – це частина загальної системи управління, основним завданням якої є реалізація управлінського впливу на рух фінансових ресурсів з метою підвищення ефективності їх розподілу та використання [4].

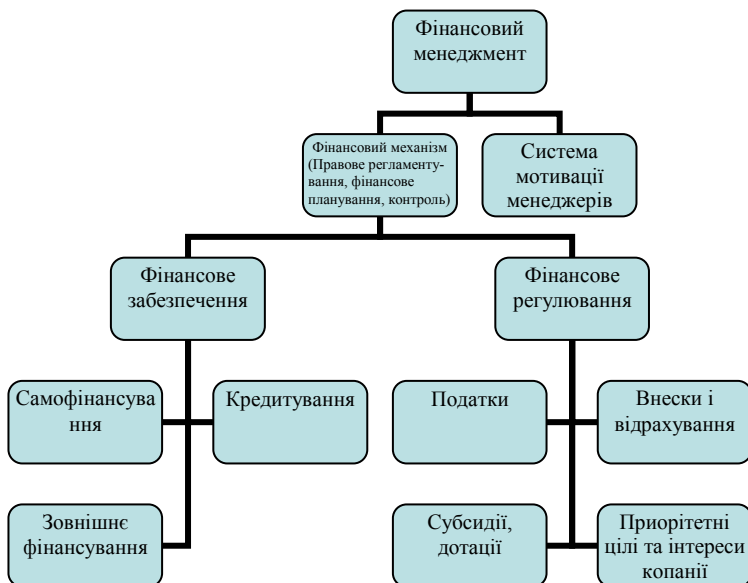


Рисунок. Основні елементи взаємодії системи фінансового менеджменту

Впровадження системного підходу до управління процесом

збалансування фінансів підприємства на всіх етапах їх циклу вимагає визначення структури системи (окремих елементів та їх функцій), комунікацій (інформаційних зв'язків), функціональності (механізм реалізації), тобто фактично побудови системи фінансового менеджменту.

Узагальнивши відповідно до процесного підходу фінансовий механізм розуміється як функціонування прямих фінансів підприємств. Важливим відображенням фінансових відносин є грошові потоки, організація яких відбувається за певними правилами. Виходячи з цього підходу підходу формується розуміння фінансового механізму як організаційного відображення фінансових відносин. Такий підхід до визначення фінансового механізму відображає внутрішню організацію функціонування і корпоративних фінансів.

Фінансовий механізм підприємства – це система управління фінансами, призначена для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів з метою оптимізації їхнього впливу на кінцеві результати діяльності підприємства. Оптимальна взаємодія фінансових відносин досягається використанням усіх фінансових категорій таких як виручка, прибуток, амортизація, оборотні кошти, кредит, бюджет, податки, нормативи, різного роду стимули, пільги, санкції та інші фінансові важелі.

Від узгоджень фінансового менеджменту залежать пропорції розподілу та перерозподілу новоствореної вартості. Нездорове лобювання розподільних процесів, що впливають дію фінансового механізму, може викликати низку економічних, соціальних і фінансових проблем, через те необхідно виключати суб'єктивний фактор.

Управлінці підприємства мають підтримувати конкурентоспроможність підприємства, через забезпечення правильної організації управління фінансами: рухом фінансових ресурсів та фінансовими відносинами. Тобто зміст фінансового менеджменту полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства.

Розвивається і стає доступнішою цифрова інфраструктура, впровадження нових технологій 4G і 5G, збільшуються можливості використання оперативної фінансової інформації що, дозволяє прогнозувати все більший радіус дії і розвитку для діяльності фірм.

1. Настич Т. П. Фінансове забезпечення освітньої діяльності ВНЗ. *Науковий вісник ЧДДЕУ*. 2013. № 3(19). С. 141–147. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2013_3_22 (дата звернення: 25.03.2021).
2. Тарасова О. В. Фінансовий механізм стійкого розвитку підприємства. Одеська національна академія харчових технологій, 2017. URL: <http://oaji.net/articles/2017/3396-1495365980.pdf> (дата звернення: 26.03.2021).
3. Черкасова Т. О. Синтез системи фінансового менеджменту територіально розподіленого виробничого підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.02.03. Донецьк: ДонДУ, 2004. 20 с.

Судук О. Ю., к.с.-г.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ

Щоб зберегти своє місце на ринку та бути конкурентоздатним в епоху новітніх технологій потрібно рухатися в ногу з часом, використовуючи весь комплекс сучасних технологій та бізнес-рішень. Таким чином, основним джерелом інноваційних ідей та нестандартних рішень для великого бізнесу стають стартап-проекти.

Дослідженням у сфері стартап-проектів займалися: С. Бланк, Б. Дорф [1], П. Грема [2], О. Гавриш [3], Е. Піс [4], І. Кульчицький [5], Н. Ситник [6], В. Дергачова, М. Кравченко [7], В. Поліщук [8], О. Іваненко [9] та ін. Але, незважаючи на значний обсяг публікацій та активний розвиток стартапів у всьому світі, слід зазначити, що питання, які пов'язані з визначенням чинників успішності та вирішенням проблем провальності проєктів, залишаються відкритими та потребують подальшого обґрунтування.

Доказом розвитку ринку стартапів в світі та Україні, зокрема, є дослідження сервісу Startup Ranking, який проаналізував 136 країн в світі, нарахував близько 100 тис. стартапів і визначив рейтинг країн-лідерів за кількістю впроваджених стартапів. Перше місце, згідно зі Startup Ranking [10], належить США (47887 стартапів), а Україна посіла 43 місце (262 стартапи). Дані щодо кількості стартапів в розрізі країн наведені на рисунку.

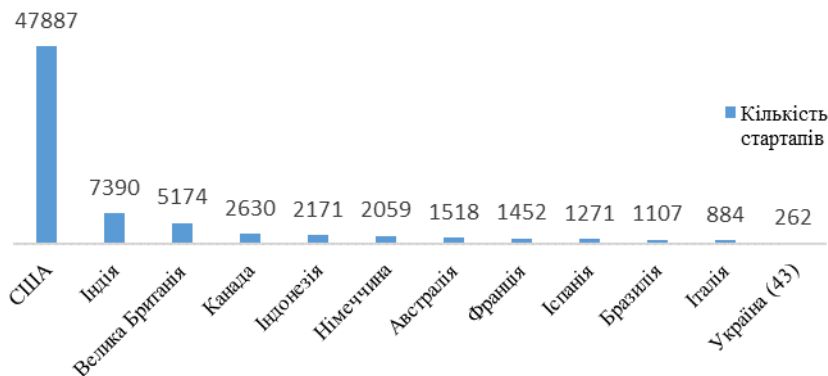


Рисунок. Рейтинг країн за кількістю стартапів

Станом на 2019 рік ринок українських стартапів знаходиться у стані активного розвитку. Згідно із дослідженням сервісу StartupBlink [11] – комерційного дослідного центру стартап-екосистем світу – Київ зайняв 34-те місце в рейтингу міст із найбільшою кількістю стартапів, які запускаються. У 2020 році Україна зайняла 29 місце в списку найбільш

технологічних країн світу. При цьому Київ визнали європейським хабом. Столиця посіла вже 32 місце серед технологічних столиць світу. А в європейському рейтингу Київ посів 8 місце. Популярність України можна пояснити великою кількістю місцевих професіоналів, готових розвивати свій продукт. Вагомим фактором також стала низька вартість організації підприємництва – саме це залучає західних інвесторів у країну.

У грудні 2018 року створено Український фонд розвитку інновацій (або «Український національний фонд стартапів») [12], що направлений на забезпечення системної підтримки перспективних українських проєктів, які не змогли знайти свого інвестора, а це, в свою чергу, дозволило стимулювати економічне зростання на всіх рівнях. Українським фондом стартапів виділено 440 млн грн на фінансування стартап-проєктів.

В Україні найпопулярнішими є ідеї, пов'язані зі створенням різних девайсів, систем підключення до Інтернету, інтернет-речей, різноманітних технічних рішень для ведення електронної торгівлі, а також ідеї, які вдосконалюють роботу із серверами та сайтами. Найбільшою проблемою всіх стартапів в Україні є складнощі, пов'язані із безпосереднім їх запуском. Причому це стосується не тільки України, але й перспектив молодих, амбітних підприємців за кордоном.

CB Insights [13] проаналізував 101 невдалий стартап і знайшов певні схожі риси, які були їм притаманні. Зокрема, найпоширенішою причиною закриття стартап-компаній (42%) є відсутність на ринку потреби в запропонованих ними продуктах. Причиною провалу у 29% випадків є фінансові проблеми, що пов'язані з нераціональним використанням коштів або їх нестачею. У 23% випадках причиною поразки стартапів стала відсутність збалансованої команди, де на вирішення ключових завдань виділено компетентного фахівця. За версією ресурсу OlansGroup [14], існує 5 причин провалу стартапів: 1) нездатність партнерів домовитись між собою; 2) відсутність попиту на ринку; 3) неправильно підібрана команда; 4) недооцінка маркетингу; 5) фінансова недбалість.

Згідно з інтернет-ресурсом Marketer.ua [15] існує 9 критеріїв успішності, серед яких: правильна мотивація, здатність до глобального мислення, легка та зрозуміла для користувачів ідея, готовність працювати над сумнівною ідеєю, креативність, працьовитість і наполегливість, віра у свою справу, наявність лідерських якостей у стартапера.

Наразі завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій стартапи знаходять все більшого поширення у всьому світі як проєкти, які найбільш швидко реагують на сучасні проблеми населення, і завдяки яким покращується якість життя громадян. Вони є потужним драйвером сталого економічного розвитку країни.

В Україні налічується приблизно 3000 стартап-компаній, основним драйвером зростання кількості яких є допомога міжнародних інвесторів, які все частіше вкладають кошти в проєкти українських стартаперів. Можна однозначно стверджувати, що рівень якості українських стартапів значно

зріс, хоча здебільшого вони ще не можуть якісно конкурувати з зарубіжними.

Але, незважаючи на позитивну динаміку, достатньо складними залишаються питання, пов'язані з основними факторами успіху стартапу. Кожен проєкт унікальний та пов'язаний з поєднанням безлічі деталей: вдалої ідеї, робочої бізнес-моделі, продукту, ринкової ситуації, вдалої маркетингової стратегії, правильного підбору команди, вдало підібраного часу для запуску проєкту, наявності фінансування та потенційних інвесторів, тощо. Саме тому повторити успіх вдалого стартапу – дуже складна задача. Таким чином, щоб забезпечити розвиток ринку стартапів в Україні необхідно створити та запровадити ефективні інструменти та механізми підвищення ефективності діяльності стартап-компаній. Водночас важливо створювати максимально комфортні умови для впровадження інноваційних технологій для успішного розвитку вітчизняних підприємств та економіки в цілому.

1. Бланк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя. Москва : Альпина Паблишер, 2013. 485 с. 2. Graham P. The hardest lessons for startups to learn. URL: <http://www.paulgraham.com/start.html> (дата звернення: 22.03.2021). 3. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проєктів. Київ : КІП ім. І. Сікорського, 2019. 116 с. 4. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнесмодели. Москва : Альпина Паблишер, 2014. 253 с. 5. Баб'ячок Р. І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytkustartapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf> (дата звернення 22.03.2021). 6. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. *Бізнес Інформ*. 2016. № 8. С. 64–68. 7. Гавриш О. А., Дергачова В. В., Кравченко М. О. Менеджмент стартап проєктів. Київ : КІП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 337 с. 8. Поліщук В. В. Стартап-проєкти та їх оцінювання. Ужгород : УжНУ. 2018. 74 с. 9. Иваненко А. 59 популярных причин провалов стартапов, которым не стоит верить на 100%. Bigtime. Ventures : вебсайт. URL: <https://blog.bigtime.ventures/prichinyprovalov-startapov> (дата звернення: 22.03.2021). 10. Startup Ranking : вебсайт. URL: <https://www.startupranking.com/top/ukraine> (дата звернення: 23.03.2021). 11. Global Map of Startup Ecosystems – StartupBlink. Haifa : Global Map of Startup Ecosystems. StartupBlink, 2020. URL: <https://www.startupblink.com> (дата звернення: 23.03.2021). 12. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті Міністерству фінансів для забезпечення функціонування Фонду розвитку інновацій : Закон України від 12.12.2018 № 1110. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1110-2018-%D0%BF> (дата звернення: 23.03.2021). 13. The Top 20 Reasons Startups Fail. CB INSIGHTS : вебсайт. URL: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top> (дата звернення: 23.03.2021). 14. Топ-5 причин распада стартапов. OlansGroup : вебсайт. URL: <https://www.olans.com.ua/reasons-for-startup-decay> (дата звернення: 23.03.2021). 15. Відмінні ознаки успішного стартапу. Marketer.ua : вебсайт. URL: <https://marketer.ua/ua/vidminni-oznakiuspishnogo-startapu/> (дата звернення: 23.03.2021).

ВАЖНОСТЬ ПРИМИНЕНИЯ ТЕОРИЙ И МОДЕЛЕЙ ПРОЕКТНЫХ ЦИКЛОВ В ОЦЕНКЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОЕКТАХ И ПРОГРАМАХ ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Хотя некоторые тенденции в измирении и оценке экологического и социального воздействия проектах и програмах применяемые в государственном управлении в Республике Молдова все таки наблюдается о значительном прогрессе и не может идти речь Не сложно догадаться о причине этого несоответствия с мировыми тенденциями, во первых не существуют регламентированных методик на государственном уровне, а во вторых, нет специализированных гос-структур которые бы занимались этим вопросом, и в третьих, отсутствует интерес со стороны большинства политических и управленческих сфер влияния.

В данной работе мы хотим показать важность приминения теорий и моделей проектных циклов в оценке экологического и социального воздействия в проектах и програмах применяемые в государственном управлении.

Цикл в оценке социального воздействия, а также в оценке воздействия на окружающую среду и других форм оценивания,— это важнейший алгоритм понимания последствий и изменений. Формирование и применение теории обуславливает шаги принятия решений и в первую очередь, важно знать, если мы имеем дело с теориями, которые представляют собой резюме знаний, которые уже доступны, или это теории без эмпирического подкрепления. В качестве примера упомянем книгу учёного Роджерса «Распространение инноваций», четвертое издание 1995 года где автор проанализировал и обобщил более чем 2000 оценок отчетов об инновационных процессах. С одной стороны он представил методы инновационных процессов, связанных с обобщением социального воздействия и многие диффузионные процессы связаны с окружающей средой а с другой стороны социальные изменения. В качестве примера упомянем органическое земледелие, другие процессы распространения связаны с социальными и экономическими изменениями. С другой стороны, теории, которые представляют собой основу для обоснованного предположения о будущем поведении отдельных субъектов и корпоративных субъектов (например, организации и социальные сети). Когда мы используем теории для того чтобы исследовать будущее поведение, мы смотрим на:(a) прошлое поведение субъектов, (б)их предпочтения, (с) их ресурсы, (d) ограничения, с которыми они сталкиваются, (е) варианты, которые у них есть для своего поведения, (f) их будущее поведение.

Что касается прошлого поведения, мы анализируем, какие предпочтения выявляются в этом поведении, анализируем предпочтения граждан в связи с развитием того места где они живут, изучая документы и соблюдая данные. Их ресурсы могут быть описаны, но мы должны сделать скидку на скрытые ресурсы. Ограничения должны быть проанализированы, глядя на социальную среду актеров, сделать обоснованное предположение об изменениях в социальной обстановке. Варианты выбора можно проанализировать, опросив актеров, проанализировав их документы и наблюдая за их поведением. Будущее поведение должна быть изучена на протяжении длинной серии этапов, каждый раз делая осознанное предположение о поведении в период x 1, принимая во внимание поведение в период x , x 1 и так далее. Обрисованная выше теория социального поведения является «Мета-теорией». Другие примеры применения этой теории также можно найти в экологической политике, экономической политике и социальной политике в отношении дискриминации.

В таблице 1: первый столбец воспроизводит известный пример проектного цикла в оценке воздействия на окружающую среду, а во втором столбце воспроизводится пример проектного цикла в оценке социального воздействия (Беккер, 1997).

Таблица

Модели проектных циклов в оценке экологического и социального воздействия.

Экологическое воздействие	Социальное воздействие
1. Выбор места, экология	1. Анализ проблемы и скрининг, определение основных вопросов коммуникационная стратегия
	2. Системный анализ
	3. Базовый анализ
	4. Анализ тенденций и дизайн, мониторинг
2. Подробная оценка значительного	5. Разработка проекта воздействия, определение, смягчения
	6. Разработка сценария потребности, вклад в анализ затрат и выгод
	7. Разработка стратегий
	8. Оценка воздействия
	9. Рейтинг стратегий

продовження таблиці

3. Детальний проект, смягчения	10. Смягчение негативных воздействий. меры
	11. Отчетность
	12. Стимулирование реализации
4. Осуществление смягчения последствий.	13. Принятие решений. меры и экологическая стратегия
	14. Реализация политики
5. Мониторинг управление воздействием	15. Мониторинг постоценка и уроки на будущее
	16. Управление воздействием проекта
	17. Аудит и фактическая оценка

В качестве рекомендаций мы подчеркиваем важность использования моделей проектных циклов в оценке экологического и социального воздействия в сочетании с теориями которые способствуют качественным измерениям и оценки.

1. D'Andrade, R. 'Three scientific world views and the covering law model', in D.W. Fiske and R.A. Shweder (eds), *Metatheory in Social Science*. Chicago : University of Chicago Press, 1986. C. 19–41. 2. Rogers, E. *Diffusion of Innovations* (4th edn), New York : The Free Press 1995. 518 p. 3. Becker H. *Social Impact Assessment: Method and Experience in Europe, North America and the Developing World*. London : Routledge, 1997. 276 p.

Хомич В. Г., студентка

Науковий керівник: Фроленкова Н.А., к.е.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ МЕНЕДЖЕРА

Сучасний ринок праці пропонує безліч вакансій з багатьма відмінностями (посадовий оклад, обов'язки, але їх об'єднує дещо спільне. Роботодавці шукають працівників, що володіють різними компетенціями. Наразі важливо не тільки чітко виконувати посадові інструкції, а й брати активну участь в житті й розвитку компанії. Попитом користуються амбітні, цілеспрямовані, активні потенційні працівники, що бажають постійно розвиватися. Тобто, так звані *Soft skills* (м'які навички) відіграють не менш важливу роль, ніж *Hard skills* (жорсткі навички) .

Найпоширеніші *Soft skills*:

- Комунікбельність
- Стресостійкість
- Прагнення до розвитку
- Аналітичне та критичне мислення
- Креативність
- Відповідальність
- Time-менеджмент
- Емоційний інтелект

Що стосується *Hard skills*, то для кожної посади вони відрізняються. В кожного різні посадові обов'язки, що формуються роботодавцем.

Оскільки знання, інформація, технології, процеси застарівають і знецінюються надзвичайно швидкими темпами, то фахівець майбутнього повинен володіти не стільки професійними знаннями і навичками, скільки бути здатним швидко адаптуватись до змін, набувати нових компетенцій.

Існують спільні вимоги, поставлені перед кандидатами на проаналізовані менеджерські посади, але все ж профіль компетенцій відмінний.

Профіль компетенцій – це набір компетенцій, якими має володіти фахівець, що займає певну посаду чи займається деяким видом діяльності, або випускник за певною спеціальністю, який відповідає вимогам конкретного ЗВО.

Важливо зазначити, що профіль компетенцій не статичний в часі, він має властивість змінюватись з розвитком технологій і наукового прогресу. При удосконаленні моделі компетенцій також може змінюватись і сам набір компетенцій. Тому розроблені профілі компетенцій не можуть використовуватись тривалий час, вони мають певний “термін придатності”. Проте це не означає, що їх потрібно розробляти кожного разу. Вони вимагають перевірки на актуальність перед використанням і, у разі потреби,

удосконалення. Основне завдання при розробці моделі компетенцій випускника-фахівця - виявити і зафіксувати необхідні компетенції, при необхідності, виділити рівні і вибрати потрібну ступінь деталізації.

Модель формування компетенцій майбутнього менеджера повинна бути заснована на структуруванні компетенцій та виділенні тих, які необхідні успішному фахівцю. Для сучасної професійної підготовки менеджерів необхідно не тільки формування спеціальних професійних умінь і навичок, а й створення особистості, що володіє різними типами мислення, здатну до саморозвитку і має необхідні професійні компетенції на належному рівні.

Модель (профіль) компетенцій повинна містити:

- оптимальний набір компетенцій особистості та індикаторів його поведінки;
- опис стандартів поведінки фахівця або стандартів його дій, які сприяють виконанню поставлених завдань і досягненню цілей;
- рівні компетенцій (якщо вони передбачені та застосовуються).

Найважливішим та найбільш складним етапом побудови моделі компетенцій є визначення їх переліку. Серед фахівців і дослідників досі немає єдиних підходів до класифікації компетенцій. Здійснений аналіз трактувань системи компетенцій випускника-менеджера дозволяє зробити висновки про різноманітність підходів до розуміння її структури.

При формуванні моделі компетентності випускника-менеджера, з одного боку, повинні бути дотримані стандарти та набуті компетенції, сформовані в ОПП спеціальності. З іншого боку, для формування багатогранної, кросфункціональної особистості здобувачу необхідний індивідуальний набір компетенцій, перелік яких має бути визначений в результаті діагностики потенціалу, вхідних знань та навичок, потреб і можливостей студента, а також вимог ринку праці.

У висновку варто зазначити, що на сучасному мінливому ринку праці важливо періодично переглядати найпоширеніші компетенції працівника та покращувати ці навички в собі. У такому випадку можна самому створити найкращу версію себе і стати кваліфікованим конкурентноспроможним працівником.

Швець Ф. Д., к.т.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний інтеграційний процес України у світову економіку веде до формування нового комунікативного устрою життя і професійної діяльності членів суспільства, конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку.

Зовнішньоекономічну діяльність будь-якого суб'єкта господарювання слід розглядати як функціонування встановлених економічних зв'язків внаслідок формування і розвитку міжнародних економічних відносин [1].

Комунікаційна політика в системі зовнішньоекономічної діяльності спрямована на планування та здійснення взаємодії підприємства з усіма суб'єктами міжнародного бізнес-середовища на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних засобів. Реалізація комунікаційної політики забезпечує стабільне та ефективне формування попиту і просування пропозиції на зовнішньому ринку з метою задоволення потреб споживачів та отримання підприємством прибутку.

Значущість комунікацій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства зумовлена тим, що вони є:

- джерелом і носієм інформації;
- засобом свідомого впливу на ринок;
- інструментом підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Одне із головних завдань комунікаційної політики в сфері зовнішньоекономічної діяльності полягає у формуванні і стимулюванні попиту на товар з метою збільшення продажів, підвищення їхньої ефективності і загальної прибутковості підприємницької діяльності.

Процес формування зовнішньополітичних комунікативних технологій у нашій країні значно ускладнений різними факторами як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру, серед яких – військова агресія на Сході країни, тривала соціально-економічна криза і постійна політична конфронтація. Сукупність цих факторів сприяє розколу між суспільством і державою, та тягне за собою постійні протиріччя і непорозуміння, що в результаті негативно впливає на комунікації з міжнародним бізнес-середовищем.

Найважливіша ж роль міжнародної комунікативної політики полягає у формуванні позитивного іміджу національних підприємств на світовому ринку.

Процес комунікативної діяльності у зовнішньоекономічній сфері включає в себе сукупність дій (рішень), виконання яких дає початок комунікативному циклу (взаємодії) між відправником і отримувачем інформації [2].

Під час формування комунікаційної політики підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність орієнтуються на локальний або глобальний підхід і використовують три способи:

- міжнародні уніфіковані кампанії – уніфікація комунікативних заходів є передумовою до стандартизації комунікативної політики на зовнішніх ринках (міжнародні єдині стандартизовані комунікативні стратегії застосовуються тоді, коли необхідне формування іміджу у світовому масштабі);

- міжнародні диференційовані кампанії – розробки конкретно для тієї країни або цільового ринку, куди передбачається спрямувати товар;

- «директивні» кампанії – являють собою змішану форму зі «стандартизованої» і «диференційованої» [3].

Виходячи з особливостей кожної описаної міжнародної комунікативної кампанії, глобального характеру стратегій, слід враховувати необхідність розроблення локальних тактик, орієнтованих на особливості застосування комунікативних засобів та факторів локального впливу.

Для планування та організації комунікативних заходів необхідний глибокий ситуаційний аналіз факторів, що пов'язані не тільки з функціонуванням конкретного вітчизняного підприємства (вид діяльності, розміри, фінансові можливості, розвиненість мережі партнерів), а й із факторами навколишнього зовнішнього зарубіжного середовища.

Отже, забезпечення конкурентоспроможності підприємств, які проводять зовнішньоекономічну діяльність в сучасних умовах, передбачає інтенсивне використання комплексу комунікацій, що спрямовані на інформування, переконання, нагадування контактним аудиторіям про продукцію підприємства, а також створення та підтримання на високому рівні його іміджу. Ефективна комунікаційна політика дає можливість підприємству більш вільно і впевнено почуватися у міжнародному бізнес-середовищі.

1. Громова О. В., Карпенко Л. С. Інформаційні технології в системі комунікацій ЗЕД підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків : 2018. № 64. С. 18–23. 2. Громова О. В., Оробінський О. С. Комунікаційна політика в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 6 (17). С. 118–121. 3. Романов А. А., Панько А. В. *Маркетинговые коммуникации*. Москва : Эксмо, 2006. 432 с.

Щербакова А. С., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Управління сучасними підприємствами в складних, змінних та невизначених умовах, а також забезпечення їх розвитку та ефективної роботи важко уявити без ефективної системи управління корпоративною конкурентоспроможністю. Водночас конкурентоспроможність підприємства повинна не лише мати можливість своєчасно реагувати на економічні зміни, а й повною мірою використовувати свій потенціал для створення умов для збереження конкурентних позицій та подальшого розширення ринкового сектору. Крім того, надійні концептуальні принципи управління корпоративною конкурентоспроможністю дозволять компаніям повною мірою визначати управлінські завдання, приймати ефективні управлінські рішення, формувати заходи щодо поліпшення конкурентних переваг підприємства, підтримувати рівень конкурентних позицій, який вимагає компанія, та пристосовуватися до нестабільних конкурентних умов. Зростаюча актуальність управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств спричинена складністю та неоднозначністю процесу формування ринкових економічних відносин та трансформації процесу інтеграції у світову економіку.

Підприємство у насиченому та складному зовнішньому середовищі функціонує як відкрита система, що в результаті здійснення комплексу господарських процесів виготовляє продукцію або послуги задля подальшого отримання прибутку. Але ефективність цього визначається здатністю підприємства конкурувати з іншими суб'єктами господарювання за рахунок наявності певних переваг, ефективність використання яких і стає детермінантом у боротьбі як за ресурси, так і споживача. Саме тому, ключовим аспектом з даної позиції виступає спроможність, з одного боку, сформувати такі конкурентні переваги, а з іншого, – реалізувати їх в ході функціонування на ринку [1–3].

Характеристиками конкурентоспроможності підприємства є: частка на внутрішньому та зовнішньому ринках, виручка від реалізації продукції, товарів чи послуг, продажі, ресурсний потенціал, чистий дохід на одного працівника, кількість конкурентів тощо. Зазвичай, конкурентоспроможне підприємство – це підприємство, яке може підтримувати довгострокову прибутковість в умовах ринкової економіки. Ю.Б. Іванов розглядає конкурентоспроможність як систему, що складається з постійно взаємодіючих між собою факторів та характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства щодо отримання та підтримання довгострокової конкурентної переваги. Тому він вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це не лише ефективність, а й

динаміка підприємств адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища.

Управління конкурентоспроможністю підприємства - це специфічний аспект менеджменту підприємства, який спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг, забезпечуючи тим самим життєздатність підприємства як основного суб'єкту конкурентної боротьби. Концепція управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства базується на використанні основних принципів науки менеджменту, згідно з якими, базовими елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес і функції управління.

Крім того, важливою умовою участі підприємства у конкурентній боротьбі, як внутрішній, так і зовнішній, є фокусування на пріоритетах розвитку світового бізнесу. Тому, на сучасному етапі управління діяльністю провідних підприємств, концепція сталого розвитку виступає базою, яка забезпечує прогресивне підприємництво на основі балансу між економічними, соціальними та екологічними факторами [4]. Сталим є такий розвиток підприємства, при якому суб'єктом господарювання здійснюється інноваційно-орієнтоване, соціально-гармонійне та еколого-безпечне функціонування, що в результаті забезпечує його стабільне та неперервне економічне зростання.

На нашу думку, модель управління конкурентоспроможністю в контексті сталого розвитку підприємства (рис. 1) повинна мати інноваційно-орієнтований характер. Так, загальною метою процесу є розвиток стратегічного потенціалу та створення передумов конкурентного розвитку та економічної безпеки підприємства. До основних стадій варто віднести дослідження стану підприємства, а саме його можливостей і загроз, сильних і слабких сторін підприємства, формування та реалізація конкурентних стратегій. Для дослідження стану підприємства варто проаналізувати взаємозв'язок між стратегічним потенціалом та конкурентоспроможністю, що, з одного боку, найефективніше визначатиме загрози функціонування, а з іншого боку, встановлюватиме існуючі та потенційні переваги. Проте формування конкурентної стратегії потребує створення об'єктивного балансу в контексті концепції сталого розвитку, що сприятиме розвитку іміджу господарської діяльності [5]. Якщо підприємство не перетворити на циклічний, заснований на знаннях та модернізації інтелектуально-кадрового забезпечення, постійних інноваціях, у всіх сферах економічної діяльності, конкурентоспроможний динамічний комплекс, що осучаснює бізнес-процеси, то досягти вищезазначених цілей, за сучасних умов розвитку, буде неможливо. Таким чином, процес управління конкурентоспроможністю підприємства вимагає змін у веденні бізнесу, що передбачає впровадження підприємствами, в ході здійснення господарської діяльності, положень концепції сталого розвитку.

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Гарнага О. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДЕРЖАВНА АГРАРНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Аналізуючи початковий етап становлення незалежності нашої держави, варто зауважити, що уряд за цей період так і не спромігся сформувати чіткої стратегії реформування аграрного сектору економіки зокрема й аграрної політики загалом. Спроба реформувати аграрний сектор об'єктивно збіглася із загальним реформуванням економіки країни на ринкових засадах, оскільки нормальні ринкові відносини, з однієї сторони, мають забезпечуватись різноманітними формами господарювання, що конкурують між собою як суб'єкти ринку, а з іншої – ринкове середовище ними ж, власне і формується [1, с. 59–60].

При вивченні особливостей розвитку вітчизняного сільського господарства виявляється велика кількість системних проблем, які держава вирішує недостатньо ефективно. Дослідження свідчать, що держава самоусунулася від системної підтримки аграрія, а отже, від проблем аграрного розвитку та формування ефективного землекористування [2, с. 14].

На теперішньому етапі розвитку державній аграрній політиці в сфері землекористування варто базуватись на національних інтересах і враховувати необхідність інтеграції держави до Європейського Союзу та міжнародного економічного простору. Основною її складовою має бути система організаційних, правових, економічних та екологічних заходів, направлених на підвищення ефективності функціонування аграрного сектору економіки, вирішення соціальних проблем населення, що проживає в селі та забезпечення комплексного і сталого розвитку сільських територій [3].

Така політика повинна передбачати наукове обґрунтування стратегії й тактики розвитку аграрних відносин, економічне обґрунтування шляхів розвитку села тощо.

Дослідивши зміст поняття «аграрна політика» можна побачити, що в економічній енциклопедії «Словопедії» воно тлумачиться як сукупність заходів, які стосуються розвитку аграрного сектору економіки, що здійснює держава в галузі аграрних відносин, пов'язаних з правом володіння та користування землею як основним засобом виробництва у сільському господарстві; складовий елемент економічної політики держави; це стратегічно зорієнтовані й здійснювані політично-правові, соціально-економічні, організаційно-управлінські заходи щодо сільського

господарства, аграрних і земельних відносин. Спрямованість і мету аграрної політики країни визначають її основні політичні сили. У більшості розвинутих держав світу проваджується політика протекціонізму стосовно розвитку землекористування у сільському господарстві, зокрема фермерства, через пільгове оподаткування сільських товаровиробників, надання пільгових кредитів на довгостроковій основі, безпроцентних позик, дотацій, реалізуються державні замовлення на закупку сільськогосподарських продуктів, здійснюється забезпечення високотехнологічною технікою тощо [4].

Державна аграрна політика в сфері землекористування повинна бути націлена на формування цивілізованого підприємницького середовища, забезпечення соціально-економічних інтересів сільськогосподарських працівників, комплексний розвиток сільських поселенських територій, створення умов для підтримання розширеного відтворення аграрного виробництва, забезпечення та збереження паритету цін щодо сільського господарства [5, с. 323].

Водночас, деякі науковці стверджують, що аграрна політика в сфері землекористування – це не лише система заходів, а й коаліційний процес, для якого характерні багатофакторна детермінація, наявність певної кількості зацікавлених груп (суб'єктів) з нетотожними, а інколи конфліктними цілями та інтересами, консенсусна спрямованість. Комплексність суб'єктної структури аграрної політики доповнюється множинністю функціональних сфер її реалізації, передусім економічної, екологічної й соціальної [6, с. 7].

Ефективною аграрна політика держави буде тоді, коли базуватиметься на збалансованому землекористуванні, що забезпечить створення сприятливих умов для ефективного розвитку аграрного сектору в цілому, дозволить вирішити ряд наявних проблем, які стримують сільський розвиток, сприятиме постійному та послідовному вдосконалюванню, допоможе чітко окреслити стратегічні завдання та визначати пріоритети на певних етапах розвитку [7, с. 5].

1. Лупенко Ю. О. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України : проблеми та перспективи : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2014. 516 с.
2. Шпикуляк О. Г. Формування і розвиток ринку зерна в Україні. Київ : ННЦ ІАЕ, 2008. 190 с.
3. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року : Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2982-15?nreg=2982-15> (дата звернення: 25.03.2021).
4. Аграрна політика. Економічна енциклопедія. Словопедія : вебсайт. 2016. URL: <http://slovopedia.org.ua/38/53392/376965.html> (дата звернення: 25.03.2021).
5. Кириленко І. Г. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи. Київ : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2005. 452 с.
6. Валентинов В. Л. Регулювання міжгалузевих відносин в системі аграрної політики : монографія. Київ : Ін-т аграр. економіки УААН, 2003. 332 с.
7. Лузан Ю. Я. Сучасні проблеми та основні фактори розвитку аграрного сектору України. *Економіка АПК*. 2014. № 6.

Ёрш А. Н., студент, **Зглой Т. В.**, м.э.н., старший преподаватель
(Полесский государственный университет, г. Пинск)

ЭКОИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современном обществе актуальной проблемой является сохранение и защита природной окружающей среды. Природные ресурсы должны использоваться таким образом, чтобы снижать затраты в мировом производстве и повышать прибыль. Необходимо эксплуатировать наиболее эффективно виды сырья и энергии, добыча которых должна быть бережной на столько, чтобы не допустить ситуаций, после которых регенерация ресурсов становится невозможной.

Для осуществления мероприятий, направленных на охрану природы, необходимы финансовые вложения. Вместе с тем, реализация природоохранных мероприятий является важным условием проведения производственно-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов. Если они не будут осуществляться природоохранные мероприятия, то их деятельность может быть приостановлена, а значит, будет прервано осуществление главной цели развития предприятия в рыночных условиях – получение запланированной прибыли. Следовательно, как с позиции достижения главной цели предпринимательской деятельности, так и с позиции обеспечения экологической безопасности производства и охраны окружающей среды, природоохранные мероприятия имеют преимущество для включения их в стратегический инвестиционный план предприятия.

В рамках рыночной экономики сопоставление двух сторон инвестиционного процесса, а именно затрат капитала и результатов, расположено в основе теории экономической оценки инвестиций, в том числе и инвестиций в природоохранную деятельность. Инвестиции, направленные на мероприятия по осуществлению охраны природы, реализуются для достижения экологических, экономических, социальных результатов и оказываются бесполезными, если не приносят данных результатов [2].

Усиление контроля над деятельностью промышленных предприятий, повышение качества работы очистных сооружений, поощрение экологических предприятий – все перечисленные меры, помогут сохранить и защитить окружающую среду. Но природоохранная деятельность достаточно затратная, поэтому и требует дополнительных инвестиций.

Существуют несколько видов инвестиций экологического назначения, которые соответствуют видам природоохранной деятельности. Это: текущие инвестиции в предприятия, учреждения и организации на охрану окружающей среды; инвестиции в капитальный ремонт основных природоохранных фондов; инвестиции на содержание заповедников и других особо охраняемых природных территорий, и на охрану животных, лесных ресурсов и иных элементов ландшафта; инвестиции в научные

исследования по охране окружающей среды и рационального использования ресурсов природы; инвестиции на содержание гос. органов, связанных с охраной окружающей среды; инвестиции в международное сотрудничество по вопросам охраны окружающей среды [3].

Динамика инвестиций в основной капитал, которые направлены на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в Республике Беларусь в 2017-2019 гг. представлена в таблице.

Таблица

Экоинвестиции в Республике Беларусь в 2017–2019 гг.

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год
Инвестиции в основной капитал, млн. руб	251,6	112,6	157,3
Из них на:			
охрану атмосферного воздуха	144,9	45,2	77,4
охрану и рациональное использование водных ресурсов	60,1	39,6	48,1
охрану и рациональное использование земель	22,6	22,9	8,3
охрану и рациональное использование лесных ресурсов	0,2	0,06	0,06
строительство зданий, полигонов и установок по утилизации, переработке, обезвреживанию, захоронению отходов производства	19,3	4,7	23,5

Источник: [2].

На основании данных таблицы 1, можно сделать вывод, что в анализируемом периоде инвестирование в охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в Республике Беларусь было неравномерным. Общая сумма инвестиций снизилась в 2018 году на 55,2%, и хотя в 2019 году произошло небольшое увеличение инвестиций (прирост за год составил почти 40%), в целом за период они сократились на 37,5%.

Важно отметить, что наибольший удельный вес в общем объеме инвестируемых средств занимают инвестиции, направленные на охрану атмосферного воздуха, которые включают в себя затраты на строительство установок, улавливающих и обезвреживающих вредные вещества из отходных газов, также контрольно-регулирующих пунктов по проверке и

снижению токсичности выхлопных газов и в 2019 году составили 49,2%. Инвестиции на охрану и рациональное использование водных ресурсов включают в себя затраты на строительство сооружений для очистки воды, устройство систем оборотного водоснабжения, строительство установок по сбору нефти, мусора и др. отходов в акватории водоемов, создание водоохраных зон, сооружение систем канализации, а в 2019 году составили 30,6%. Инвестиции на охрану и рациональное использование земель составили 5,3%, они направляются на строительство противозерозионных, гидротехнических, берегоукрепительных, террасовых работ на крутых склонах, рекультивацию земель, создание почвозащитных полос. Инвестиции на строительство зданий, полигонов и установок по утилизации, переработке, обезвреживанию, захоронению отходов производства составили 15% в общем объеме инвестируемых средств. При этом инвестиции на охрану атмосферного воздуха, водных и лесных ресурсов в последний год данного периода снизились, а инвестиции на охрану и рациональное использование земельных ресурсов увеличились.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что объем инвестиций, направленных на охрану окружающей среды в Республике Беларусь недостаточен. Главной проблемой инвестирования мероприятий, направленных на охрану природы, является нехватка источников финансирования. Для того, чтобы достигнуть оптимального уровня качества окружающей среды, Беларуси нужно изменить структуру финансирования и большую часть инвестиций направлять в основной капитал на осуществление природоохранных мероприятий, которые помогают уменьшить уровень загрязнения окружающей среды вредными производственными отходами. Выбор природоохранных мероприятий требует глобального экономического объяснения экологических затрат, что важно при ограниченности государственных средств и необходимости их рационального использования.

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь. Национальный Статистический Комитет Республики Беларусь : вебсайт. Минск, 2019. URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата звернения: 20.03.2021). 2. Петко О. В. Инвестиции в охрану окружающей среды как необходимое условие улучшения качества природной среды и экологических условий жизни человека. *Российское предпринимательство*. 2012. Том 13, № 7. С. 10–14. 3. Ekologyprom: вебсайт. URL: <http://ekologyprom.ru> (дата звернения: 20.03.2021).

Зборина И. М., к.э.н., доцент (Полесский государственный университет, г. Пинск)

О ПРОБЛЕМАХ АДАПТАЦИИ К ИЗМЕНЕНИЯМ КЛИМАТА

Актуальность проблемы изменения климата и необходимости принятия правовых, экономических, организационных мер, направленных на регулирование антропогенного воздействия на климат, признана на международном уровне. По оценкам экспертов, мировая экономика теряет ежегодно из-за климатического потепления свыше 1,2 триллиона долларов или 1,6% глобального ВВП. Аналитики признают, что изменения климата являются причиной смерти почти 400 тысяч человек в год, еще 4,5 миллиона умирают от загрязнения воздуха, вызванного сжиганием ископаемого топлива, что тоже связано с проблемой климатических изменений [1].

Немаловажный факт: контроль климата, влияние на него в тех или иных целях — это реальность. Очевидно, что реальность хорошо скрываема, вполне возможно, реальность малоприятная, но от этого менее реальной быть она не перестает. Это обусловлено двумя важными факторами. Во-первых, человек всегда стремился все держать под контролем и едва ли современному человечеству хотелось бы зависеть от непредсказуемой погоды. И во-вторых, как это ни прискорбно, климат — тоже оружие.

Следует, однако, очень трезво оценивать возможности человека в управлении столь большими энергиями, как погодные явления. Тем не менее, нужно понимать, что реальные системы по коррекции погоды сегодня или уже существуют, или же активно разрабатываются. Системы контроля климата сегодня — объективная реальность. Другое дело — как их использовать.

Международный опыт показывает, что подготовка к изменениям климата происходит на всех уровнях от межнационального и национального до регионального, городского и муниципального. Планы на всех уровнях создаются с учетом не только необходимости сокращения выбросов, но и с учетом повышения температуры и уровня воды.

Интересен опыт в разработке планов и программ по адаптации к изменению климата накопленный Соединенными Штатами Америки. Например, в соответствии с Законом об исследованиях глобальных изменений 1990 года группа экспертов Программы исследований глобальных изменений США (USGCRP) не реже одного раза в четыре года направляет Конгрессу и Президенту доклад, в котором: обобщает, оценивает и интерпретирует выводы реализации Программы; анализирует влияние глобальных изменений на природную среду, сельское хозяйство, производство и использование энергии, земельные и водные ресурсы, транспорт, здоровье и благосостояние людей, социальные вопросы, и биологическое разнообразие; анализирует современные тенденции

глобальных изменений, как антропогенных, так и природных, и прогнозирует основные тенденции на последующие 25–100 лет.

Основным инструментом по снижению климатических рисков являются действия по адаптации. Мероприятия по планированию и внедрению адаптации реализуются в Соединенных Штатах в государственном, частном и некоммерческом секторах. После принятия Третьей Национальной Оценки Климата (NCA3) количество разработанных стратегий и планов во всех секторах увеличилось, но все еще не стало обычным и широко распространенным. Одной из причин слабой активности во внедрении адаптации стало понимание ответственными лицами того, что принятие стратегии и исполнение плана влечет за собой непрерывный процесс управления рисками; у него нет конечной точки.

Казалось бы, инициативы по упреждающей адаптации, включая изменения в политике, бизнес-операциях, капиталовложениях, приносят выгоды, превышающие понесенные на них затраты как в ближайшей, так и в долгосрочной перспективе, но интеграция климатических аспектов, обеспечивающих адаптационные преимущества в условиях существующих организационной и отраслевой политик и практики, дальнейшее снижение рисков, связанных с изменениями климата, может быть достигнуто только с помощью новых подходов, которые создают необходимые для этого условия, т.е. изменение нормативной и политической среды, культурных и общественных ценностей, экономических и финансовых механизмов, использования новейших технологических инструментов [2].

Как и в ЕС, в США разработан и активно используется инструментарий для формирования стратегий и планов устойчивости к изменению климата. В соответствии с Законом, в 2018 году был опубликован доклад, который представляет собой двухтомное издание, в котором Четвертая Национальная оценка климата (NCA4), опирается на фундаментальные научные исследования, описанные в томе I – Специальный доклад по климату (CSSR).

В докладе обсуждаются результаты и оценка текущего состояния климатической обстановки, возникающие неопределенности в оценках. Анализируются тенденции изменения климата, как антропогенного, так и естественного происхождения, выполнен прогноз основных тенденций до конца текущего столетия. Прогнозируемые изменения температуры, характера выпадения осадков, повышения уровня моря и других климатических характеристик основаны на ряде сценариев, широко используемых в сообществе климатологов. В NCA3 авторы использовали тематические исследования, чтобы выделить конкретные примеры работ, выполняемых в регионах, городах и заинтересованных структурах (компаниях, организациях, частными лицами) на всей территории Соединенных Штатов. Эти тематические исследования легли в основу разработки Инструментария по устойчивости к изменению климата в США

(Climate Resilience Toolkit – CRT). Тематические исследования также были включены в качестве функции и в NCA4.

CRT – это бесплатный веб-сайт с открытым исходным кодом, призванный помочь сообществам и предприятиям повысить свою устойчивость к климатическим воздействиям и экстремальным природным явлениям. В сентябре 2019 года Генеральный секретарь ООН провел Саммит по климату, на котором обсуждались проблемы в данной области. Мировые лидеры выступили с докладами о предпринимаемых мерах и запланированных мероприятиях в преддверии Конференции ООН по климату. Саммит был посвящен ключевым областям, в которые имеют наибольшее значение для решения задач в области изменения климата — тяжелая промышленность, природопользование, города, энергетика и финансирование мер по борьбе с изменением климата [3].

В рамках реализации рекомендаций ООН, многими государствами мира были разработаны, или разрабатываются планы мероприятий по адаптации и смягчению негативного воздействия от изменений климата на национальном (государственном), региональном и муниципальном (местном) уровнях. Достаточно глубоко эта тема проработана в документах Европейского Союза, хотя, в случае с ЕС, логичнее было бы рассматривать «континентальный» уровень реализации рекомендаций, так как общие правила разработки стратегий по адаптации и смягчению последствий охватывают все 28 стран, которые руководствуются едиными директивами ЕС.

Несмотря на то, что вопросы адаптации около 20 лет стоят в международной повестке, они не получили всеобщего распространения, на местном уровне, и носят спорадический характер определяемый законодательством, финансовыми возможностями и наличием экспертного обеспечения на местах. Таким образом, тема по вопросам адаптации и смягчению последствий изменений климата, в ближайшем будущем будет иметь продолжение.

1.Лаевская Е. В. Состояние и перспективы формирования климатического законодательства Республики Беларусь. *Право в современном белорусском обществе*: сб. науч. тр. Нац. центр законодательства и правовых исследований Респ. Беларусь; редкол.: Карпович Н. А. и др. Минск: СтройМедиаПроект, 2016. Вып. 11. С. 362–371. 2. Саммит по мерам в области изменения климата 2019 года. URL: <https://www.un.org/ru/climatechange/un-climate-summit-2019.shtml> (дата звернения: 20.03.2021). 3.Международный опыт в вопросах управления адаптацией к изменениям климата. URL: <https://climatescience.ru/articles/5e9ef5ddc810400019470e50> (дата звернения: 20.03.2021).

Курило Е. М., студентка, **Зглюй Т. В.**, старший преподаватель
(Полесский государственный университет, г. Пинск)

ПРАКТИКА ВНЕДРЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ «ЗЕЛеной ЭКОНОМИКИ» В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛИНВЕСТБАНК»

Одной из основных задач Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы является достижение и обеспечение экологически благоприятных условий для жизнедеятельности граждан, улучшение охраны окружающей среды, эффективное и рациональное использование природных ресурсов. Особое внимание уделено внедрению инструментов и механизмов зеленой экономики. Приоритетным направлением является привлечение зеленых инвестиций и внедрение эко-инноваций.

Банковская сфера – одно из первых направлений, которое начало применять инструменты зеленой экономики. В настоящее время, широко распространено зеленое финансирование, которое означает «обеспечение денежными средствами при условии улучшения окружающей среды, смягчения последствий изменения климата и более эффективного использования ресурсов» [2]. Инструментами зеленого финансирования являются зеленые облигации, зеленые кредиты, зеленые банки и фонды.

Зеленым финансированием в Республике Беларусь на рынке банковских услуг занимаются следующие банки: ЗАО «Альфа-Банк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «БНБ-банк» и др. В качестве зеленого банка выступает и ОАО «Белинвестбанк». Новое позиционирование банк представил в 2019 году. Осуществление программы по трансформации банка в ЭкоБанк заключается в Стратегии развития ОАО «Белинвестбанк» с 2021 года и рассчитана на семь лет. Среди основных направлений реализации данного направления выделяют выпуск «зеленых облигаций» и финансирование «зеленых» проектов. Особенность «зелёных облигаций» будет заключаться в том, что привлеченные средства будут использоваться для проектов, связанных с возобновлением энергии, повышением энергоэффективности, экологически чистым транспортом и т.д. [1].

Белинвестбанк активно занимается финансированием «зеленых» проектов. За последние несколько лет банк профинансировал множество «зелёных проектов», связанных с производством экологически чистых материалов и развитие альтернативных источников энергии. К наиболее крупным реализованным проектом можно отнести строительство ветропарка в Витебской области (совместно с Международной финансовой корпорацией (IFC)), фотоэлектрической станции в Костюковичском районе Могилевской области, мини-ГЭС в Слонимском районе.

На данный момент Белинвестбанк – это единственный банк в стране, который является членом Координационного совета проекта «Устранение барьеров для развития ветроэнергетики в Республике Беларусь».

ОАО «Белинвестбанк» взаимодействует с Международной финансовой корпорацией (IFC), входящей в группу Всемирного банка, которая реализует программу по поддержке климат-интеллектуальных товаров-Climate smart trade. В рамках данной программы клиентам банка доступен продукт «Экологичный», благодаря которому предприятия могут полагаться на финансирование проектов, связанных с внедрением энергоэффективных технологий, снижение выбросов углерода, а также проявляют благоприятное воздействие на окружающую среду [3].

ОАО «Белинвестбанк» является первым банком в Республике Беларусь, который выпустил уникальный банковский продукт, а именно платежную карточку, из экологичного биоразлагаемого пластика. «ЭкоЛогичная карта» – это благотворительно-бонусная карточка, за перечисления благотворительных взносов с которой держатель будет получать бонусы в виде money-back, скидок и привилегий. Карта была создана совместно с проектом экологической организации Беларуси Центр экологических решений и является продвижением экологических идей, вопросами возобновляемости энергии, изменения климата, сохранением водных ресурсов и т.д. Особенность карточки заключается в том, что при совершении различного вида платежей вы автоматически становитесь сторонником экоорганизации. Также для держателей данной карты банком организуются различные образовательные и познавательные лекции, акции, встречи с экспертами, мастер-классы [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что ОАО «Белинвестбанк» активно и эффективно участвует в развитии «зелёной» экономики в Республике Беларусь, который в рамках программы по преобразованию в ЭкоЛогичный банк, сможет предоставить уникальные и инновационные продукты и услуги в области экологии.

1. Будь ЭкоЛогичным. Официальный сайт ОАО «Белинвестбанк». URL: <https://belinvestbank.by/about-bank/press-service/new> (дата звернения: 20.03.2021).
2. Зеленое финансирование. Официальный сайт "Евразийский банк развития". URL: <https://eabr.org/press/news/zelenoe-finansirovanie-es> (дата звернения: 20.03.2021).
3. «Зеленые проекты» с Белинвестбанком. Официальный сайт ОАО "Белинвестбанк". URL: <https://белинвестбанк.бел/individual/press-service/ne> (дата звернения: 20.03.2021).
4. ЭкоЛогичная карта – ваш осознанный выбор. Официальный сайт ОАО "Белинвестбанк". URL: <https://www.belinvestbank.by/individual/press-service> (дата звернения: 20.03.2021).

Матвиец К. Д., студент, **Зглюй Т. В.**, м.э.н, старший преподаватель
(Полесский государственный университет, г. Пинск)

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Экологическое предпринимательство представляет собой самостоятельную, рисковую производственную деятельность, целью которой является получение прибыли от производства и реализации товара, выполнения работ, а также оказания услуг, связанных с защитой и охраной окружающей среды [1].

Правительство Республики Беларусь заинтересовано в развитии экобизнеса и занимается его поддержкой через инструменты и механизмы экономического регулирования и стимулирования природоохранной деятельности.

Правительственная поддержка экономического предпринимательства в Беларуси осуществляется через льготное кредитование, субсидирование, а также выделение грантов на проекты с высокой экологической эффективностью.

Также правительством используются санкционные инструменты, к которым можно отнести: сборы за загрязнение окружающей среды и специальное использование природных ресурсов, санкции за экологические правонарушения, акцизы и пошлины на экологически вредные продукты [2].

В последние годы в Республике Беларусь происходит активное развитие экологического предпринимательства, которое выражается в успешной реализации ряда экологических программ.

Одной из самых популярных экологических программ является распространение электротранспорта. На территории нашей страны первый электромобиль марки Nissan Leaf появился в 2013 г. В 2021 г. компания «Белоруснефть» планирует завершить строительство сети электрических зарядных станций. В эксплуатацию должны быть введены 40 станций. Кроме того, в Республике Беларусь действует государственный проект, по которому к 2017 г. уже было открыто 87 электроразрядочных станций, плановое количество которых к 2025 г. составляет 262. В 2017 г. в Республике Беларусь насчитывалось около 40 электромобилей. К началу 2020 г. их уже было 400. В 2020 г. были запущены проекты, которые должны помочь распространению электромобилей. По одному из них, в ближайшее время в г. Минске один из автобусных маршрутов станет полностью электрифицированным.

В 2019 г. компания «Юнисон» приступила к сборке китайских электромобилей Zotye на территории нашей страны. Также в 2020 г. начато серийное производство электромобилей «БелДжи» [3].

Вторая программа связана с переработкой мусора. На данный момент в Беларуси работает 80 сортировочных линий, а также мусоросортировочные заводы в Бресте, Гродно, Новополоцке, Могилеве, Гомеле, Барановичах, Минске, Витебске.

Макулатура является сырьем для бумажных фабрик в Светлогорске, Слониме, Шклове, Добруше, Чашниках. Из нее производят бумагу, картон, упаковку, санитарно-гигиеническую бумагу, тетради, блоки для рисования, целлюлозную добавку для асфальтобетона, теплоизоляционный материал для домов, упаковочные лотки для яиц. Отходы стекла используются в производстве стеклянной тары на стеклозаводах, которые расположены в Гродно, Гомеля, Елизове. Также отходы стекла используют для производства строительных материалов, керамической плитки, краски для дорожной разметки. Отходы пластика сортируют по видам, измельчают и переплавляют в гранулы, которые используют для производства упаковки, пластмассовых изделий для дома, строительных товаров. Отходы изношенных шин используются на цементных заводах как топливо, т.е. их сжигают. Также из них получают резиновую крошку, из которой делают покрытия для спортивных и детских игровых площадок, животноводческих комплексов, резиновую плитку. Отходы шин также используют для производства пиролизного топлива и технического углерода. В ближайшем время в Республике Беларусь построят 30 региональных комплексов по сортировке и использованию коммунальных отходов [4].

Все большие обороты набирает производство биополиэтиленовых пакетов. В 2019 г. в Беларуси появились пакеты, которые изготавливаются из кукурузного крахмала. «Кукурузные» пакеты можно использовать даже для удобрения почвы. На них нанесен специальный логотип – «OK compost». Лицензию на него выдают независимые лаборатории Австрии и Бельгии. Такие пакеты используются в сетях магазинов «Green» и «Корона». Данные пакеты производит компания расположенная в Логойске – «Kingle» [5].

Необходимо отметить, что сегодня в Республике Беларусь активно используются возобновляемые источники энергии, к которым относят: солнце, ветер, водород и др. На сегодняшний день в стране зарегистрировано более 360 установок по использованию возобновляемой энергетики и почти четверть из них – энергия солнца. Больше всего объектов возобновляемой энергетики в Могилевской и Гродненской областях, но самые крупные – в Гомельской и Витебской. Например, мощности электростанции в Речице хватает для обеспечения энергией 30 тыс. квартир. А солнечный парк под Брагином способен включить всю вечернюю подсветку столицы. За последние 10 лет объём выработанной возобновляемой энергии вырос в 15 раз, а выбросы парниковых газов сократились на 2% [8].

Важно отметить роль Белинвестбанка в развитии экобизнеса. В мае 2020 г. в инстаграм-аккаунте Белинвестбанка было проведено несколько

прямых эфиров, во время которых представители малого экобизнеса поделились своим опытом. Они рассказали о том, как поставить на «поток» экологичное производство, открыть магазин и вывести продукт на новую ступень развития и др [6].

В ноябре 2020 г. в Беларуси открылся первый экорынок, который представляет собой многоэтажный торговый комплекс «Валерьяново», расположившийся недалеко от Минска. Экорынок является площадкой для крупные агрокомбинатов, а также фермеров, которые занимаются органическим земледелием. На данный момент в Беларуси зарегистрировано 45 органических производителей, из которых можно выделить: ООО «Биолоджико-Компани» (Пинский р-н, п. Содовый), КФХ «Экоферма-Мелковичи» (Солигорский р-н, п. Новый), КФХ «Селицкого Ивана Францевичи» (Вилейский р-н, агр. Долгиново) и др [7].

Таким образом, синтез экологии и бизнеса дает перспективные направления для развития как экологического предпринимательства так и экономики Республики Беларусь в целом.

1. Рошка Т. Б., Орешникова О. В., Кулакова Н. Л. Экономика природопользования : методические рекомендации по выполнению практических работ. Пинск : ПолесГУ, 2016. 80 с. 2 Бояр А. О. Економічний механізм природоохоронної діяльності в умовах переходу до сталого розвитку. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природноресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. Сер. Природокористування та ресурсозбереження* : зб. наук. праць. Луцьк : Надтир'я, 2000. Вип. VI. № 4. С. 97–104. 3. Электромобили в РБ. BonBilet : вебсайт. URL: <https://yandex.by/turbo/bonbilet.com/s/elektromobili-v-belarusi> (дата звернення: 20.03.2021). 4. Переработка в Беларуси есть! TUT.BY : вебсайт. URL: <https://news.tut.by/society/694715.html> (дата звернення: 20.03.2021). 5. Решает экологические проблемы вместе. TEENAGE : вебсайт. URL: <https://teenage.by/article/reshaem-jekologicheskie-problemy-vmeste> (дата звернення: 20.03.2021). 6. Экобизнес вместе с Белинвестбанком. Как начать свое экодело? marketing.by : вебсайт. URL: <https://marketing.by/novosti-rynka/ekobiznes-vmeste-s-belinvestbankom-kak-nachat-svoe-zelenoe-delo-i-vyrastit-ego-v-nechto-bolshee> (дата звернення: 20.03.2021). 7. Первый экорынок Беларуси. БТ : вебсайт. URL: https://www.tvr.by/news/obshchestvo/pervyy_ekorynok_belarusi_proekt_na_osobom_kontrol_e_prezidenta (дата звернення: 20.03.2021). 8. Как электроэнергию от солнечных батарей используют в Беларуси? ОНТ.by : вебсайт. URL: <https://ont.by/news/kak-elektroenergiyu-ot-solnechnyh-batarej-ispolzuyut-v-belarusi> (дата звернення: 20.03.2021).

Счастный Д. С., студент, **Зглюй Т. В.**, старший преподаватель (Полесский государственный университет, г. Пинск)

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РАДИАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ АТОМНЫХ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

В связи с недавно прошедшим официальным запуском первого блока Белорусской АЭС у некоторой части населения могут сложиться опасения касательно экологической, и особенно радиационной, безопасности. Эти опасения граждан легли в основу анализа влияния воздействий атомной электростанции на окружающую среду.

Ввиду того, что основной партнёр Беларуси в проекте по строительству белорусской атомной электростанции – российская компания «Атомстройэкспорт», для изучения взяты данные о воздействии на экологическую безопасность, полученные по технологиям в области атомной электроэнергетики Российской Федерации.

Во время работы атомных электростанций радионуклиды попадают в окружающую среду по высотным вентиляционным трубам (высотой более 100 м) с выбросами отработавшего воздуха из зданий электростанций. Здесь газы и аэрозоли, образующиеся во время работы атомных электростанций и содержащие микрочастицы твердых веществ, а также микроэлементы жидкостей, очищаются. Перед выходом в атмосферу они предварительно проходят выдержку. Для снижения активности вследствие распада короткоживущих радионуклидов, они очищаются в специально сконструированных аэрозолях и сушатся в цеолитовых фильтрах. Для избавления от радиоактивных загрязнений используют и адсорбционные фильтры. Эти операции снижают радиоактивность газово-аэрозольных выбросов более чем в сто раз (итоговая эффективность очистки – более 99%). В результате, в вытесненном воздухе остается небольшое количество инертных радиоактивных газов – ксенона, криптона, аргона, а также очень небольшое количество йода-131 и цезия-137.

Существуют пороговые значения общей активности воздуха, отводимого вентиляционными трубами атомных электростанций, нормативно определенные в так называемых «санитарных правилах проектирования и эксплуатации атомных электростанций». Соблюдение допустимых уровней выбросов, установленных этими правилами, гарантирует, что доза облучения, полученного населением, обусловленная выбросами газово-аэрозолей с АЭС в нормальном режиме, не превысит 0,01 мЗв в год – это «минимально значимая нижняя граница», ниже которой дозы радиации оказывают ничтожно малое для рассмотрения внимание.

Для текущего контроля за выбросами газообразных аэрозолей, независимо от количества эксплуатационных единиц на территории электростанции, устанавливаются значения контроля за выбросами в день, месяц и год. Выбросы могут достигать максимально допустимого уровня,

но только в течение короткого периода времени, и в ходе дальнейшего их функционирования они должны быть уменьшены, чтобы общая величина за квартал/год оставалась на уровне разрешенных выбросов. Следует отметить, что даже если атомная электростанция работает с максимально допустимыми выбросами в течение целого года, дополнительное воздействие на население, живущее вблизи АЭС, будет ниже фоновое.

Почти 40-летний опыт эксплуатации реакторов ВВЭР на атомных электростанциях в России и за рубежом показывает, что радиоактивность газозаэрозольных выбросов в среднем в сто раз ниже допустимой на практике. Следовательно, вклад АЭС в нормальный режим в загрязнение воздуха остается незначительным по сравнению со всеми секторами национальной экономики. Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу не превышает допустимых значений и значительно ниже предельных границ, установленных природоохранными органами.

В последние годы был достигнут высокий уровень безопасности для эксплуатации российских атомных электростанций и практически незначительное публичное воздействие (менее 10 мЗв/год). Фактические годовые выбросы находятся на том же уровне, что и европейские атомные электростанции, и являются чрезвычайно низкими. Анализ выбросов газов и аэрозолей и выбросов жидкостей со всех атомных электростанций показал, что они значительно ниже установленных допустимых значений (DV и DS) и в дополнение к фоновому излучению населения из природных источников (2,2 мЗв) производят дозу, не превышающую:

- 0,1 мЗв на атомных электростанциях с реакторами ВВЭР-1000;
- 0,5 мЗв на атомных электростанциях с реакторами ВВЭР-440;
- 2 мЗв на атомных электростанциях с реакторами РБМК-1000.

Вывод: воздействие атомных электростанций на население и окружающую среду не превышает 0,1% дозы, вырабатываемой естественными источниками излучения, и не изменяет естественный уровень естественного излучения в районе станций. Даже на уровне 100% допустимые выбросы атомных электростанций приемлемы и не приводят к изменению радиационной обстановки в районах участка АЭС, которая может быть обнаружена приборами радиационного мониторинга.

1. Обеспечение экологической безопасности АЭС, построенных по российскому проекту АЭС-2006. Государственное научное учреждение «Объединенный институт энергетических и ядерных исследований Сосны»: вебсайт. URL: http://sosny.bas-net.by/wp-content/uploads/2013/09/inform_6.pdf (дата звернения: 20.03.2021).
2. Безлепки В. В., Семашко С. Е., Фролов А. С. Проект «АЭС-2006»: радиационное воздействие на окружающую среду (ОАО «СПбАЭП»). Безопасность окружающей среды. URL: <http://www.sbor.ru/file/910.doc> (дата звернения: 19.03.2021).

Юнчиц А. Г., студент, **Зглой Т. В.**, ст. преподаватель
(Полесский государственный университет, г. Пинск)

РАЗВИТИЕ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На протяжении веков, производство товаров и услуг рассматривалось отдельно от экологических систем, не учитывалась и ограниченность природных ресурсов. Не принимались во внимание и выбросы загрязняющих веществ в атмосферу в процессе производства товаров и услуг, отходы производств и многое другое. Однако, рост населения и развитие технологий привели к явному истощению природных ресурсов и загрязнению окружающей среды. Многие ученые говорят о прямой взаимосвязи между неограниченным ростом экономики и накоплением, а иногда и обострением, глобальных проблем экологического характера.

Сегодня перед человечеством стоит вопрос о гармоничном сочетании экономических и экологических интересов, а также соблюдении принципов устойчивого развития в условиях глобализации. Единственная экономика, которая может гармонично сочетать в себе экономические и экологические интересы – это «зеленая» экономика.

В соответствии с Программой ООН по окружающей среде (ЮНЕП), «зеленой» является такая экономика, которая приводит к повышению благосостояния людей и укреплению социальной справедливости при одновременном существенном снижении рисков для окружающей среды и дефицита экологических ресурсов [1]. Зеленая экономика – это альтернатива доминирующей сегодня экономической модели, которая вызывает дефицит ресурсов и создает широко распространенные угрозы для окружающей среды и здоровья человека. «Зеленая» экономика предполагает снижение выбросов углекислого газа и загрязнения окружающей среды, что достигается путем реформирования политики и регулирования изменений окружающей среды. Переход к «зеленой» экономике означает компромисс между экономическим ростом и повышением экологической полезности и социальной инклюзивности.

Глобальные тенденции в развитии «зеленой» экономики предполагают усиление роли возобновляемой энергетики, органического сельского хозяйства, распространение чистого транспорта, развитие «зеленого» строительства, повышение эффективности использования сырья и энергии, улучшение качества управления водными ресурсами и территориального планирования, увеличение степени переработки отходов, охрану и восстановление естественных экосистем. Реализация данных приоритетов требует проведения определённой политики, содержание которой должно учитывать не только общемировую динамику развития, но и экономические, экологические и социальные условия в конкретной стране.

Заслуживающей внимания является модель циркулярной экономики, которая описывает экономическую систему, предполагающую сокращение

материалов в производстве, повторное их использование, рециркуляцию и извлечении этих материалов в производстве, распределении и потреблении товаров и услуг. В данной модели признается важность того, чтобы экономика работала эффективно во всех масштабах как для крупного, так и для малого бизнеса, как для организаций, так и для частных лиц, как на глобальном, так и на местном (региональном) уровне.

Важным направлением «зеленой» экономики является возобновляемая, зелёная или, как её ещё называют, альтернативная энергетика. Выработка электрической и тепловой энергии связана с тяжелыми последствиями для окружающей среды, такие как повышение температуры водоемов, ухудшение биоразнообразия и загрязнение воздуха. Кроме того, запасы угля и нефти ограничены. В связи с этим, возникла необходимость поиска возобновляемых источников энергии, к которым относятся: солнечная энергия, энергия ветров, тепловая энергии Земли, энергия волн, течений и приливов, энергия биомассы. Для «зелёного» роста экономики страны необходимо постепенно переходить на альтернативные источники энергии как на промышленном и на бытовом уровнях.

Ещё одним направлением «зелёной» экономики является «зеленый» или экологичный транспорт. Это транспорт, который не оказывает или оказывает минимальный вред окружающей среде при использовании. Чаще всего «зеленый» транспорт это простой, дешевый, эффективный вид передвижения, который использует энергию из возобновляемых источников. Примерами такого транспорта являются велосипеды, экологичные автомобили, общественный транспорт на альтернативном топливе и др..

Республика Беларусь, как и большинство стран мира, озабочена экологическими вопросами. Она является активным участником многосторонних международных соглашений и уже разработала приоритетные направления внедрения принципов «зеленой» экономики в отрасли экономики страны. Согласно международным оценкам индекс экологической эффективности Беларуси в 2020 году составляет 53% (занимает 49 место из 180 стран) [2].

В рамках Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь, реализовывалось 40 мероприятий по 8 направлениям: институциональная деятельность, развитие электротранспорта (инфраструктуры) и городской мобильности, внедрение концепции «умных» городов, энергоэффективное строительство, энергетика, органическое сельское хозяйство, устойчивое потребление и производство, экологический туризм, информационные, образовательные мероприятия [3].

Многие проекты уже реализованы. Например, в Бресте открылся комплекс по переработке древесных отходов в биотопливо, в Житковичах было реализовано безотходное производство высокоэффективных органических удобрений из сапропеля. Развитие получил и

электротранспорт. В Беларуси появились первые электромобили марки Geely. Кроме того, в стране растет число электрозарядных станций.

Также есть проекты, которые связаны с охраной природы. На базе заказника «Налибокский» построен питомник для искусственного выращивания птиц. Запущен проект по производству офисной бумаги из вторичных ресурсов.

В настоящее время во многих областях наблюдается определенный прогресс, однако в целом действия по реализации целей пока еще не достигли необходимых (желаемых) темпов и масштабов.

Переход к «зеленой» экономике требует серьезных затрат и технологий, а поскольку Беларусь не обладает в полной мере необходимыми технологиями, нужно привлекать иностранных инвесторов и осуществлять международное техническое сотрудничество.

Одним из условий реализации комплекса мер по переходу к «зеленой» экономике является повышение осведомленности и информированности населения.

Многие направления «зеленой» экономики уже получили достаточное развитие в различных странах мира. Так, согласно данным Евростата, в 2019 году возобновляемые источники энергии составляли 19,7% энергии, потребляемой в 27 странах ЕС, а доля энергии из возобновляемых источников, используемой в транспортной деятельности достигла 8,9% [4].

За последнее десятилетие концепция «зеленой» экономики стала стратегическим приоритетом для многих правительств. Для того, чтобы перейти к «зелёной» экономике необходимо сократить государственные инвестиции в экологически вредные отрасли, увеличить налоговые тарифы для них, инвестировать в отрасли «зелёной» экономики и ужесточить природоохранные законы. Только комплексные меры способствуют переходу к новой модели экономического роста – «зеленой» экономике.

1. About green economy. UNEP : вебсайт. URL: <https://www.unep.org/explore-topics/green-economy/about-green-economy> (дата звернения: 22.03.2021). 2. Belarus. Environmental Performance Index : вебсайт. URL: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/blr> (дата звернения: 22.03.2021). 3. «Зеленая» экономика: переход к устойчивому развитию Экология на предприятии : вебсайт. URL: <https://ecologia.by/news/show/44680> (дата звернения: 22.03.2021). 4. Renewable energy statistics. Eurostat : вебсайт URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Renewable_energy_statistics (дата звернения: 22.03.2021).

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА РІЗНИХ ІЄРАРХІЧНИХ РІВНЯХ

Бурба С. О., студентка

Науковий керівник: Юрчик Г. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ТА НАЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ

Поняття соціальної безпеки (СБ) населення інтенсивно увійшло в науковий обіг досить недавно. Зокрема, у науковій літературі поняття СБ почало формуватися з кінця 90-х років ХХ ст. Вперше термін СБ задекларовано у Всесвітній Соціальній Декларації (1995 р.), яка торкалась соціальних аспектів сталого розвитку, що покликані забезпечити СБ у світі. Декларацією про державний суверенітет України СБ держави розглядається як стан гарантованої правової та інституціональної захищеності життєво важливих соціальних інтересів як особи, так і суспільства від зовнішніх та внутрішніх загроз. Загалом, сучасний рівень наукового осмислення проблеми СБ характеризується різноманіттям підходів до визначення цього поняття, а також недостатністю опрацювання методологічних основ її виміру.

Більшість науковців при визначенні сутності СБ дотримуються так званого традиційного підходу. У відповідності з ним СБ трактується у контексті її позитивної сутності – «стан суспільства...» або «захищеність...», що зорієнтовані на усунення «загроз/ризиків...», «реалізацію соціальних інтересів...», «забезпечення належних соціальних умов та рівня життя...». Проте, з огляду на те, що безпека пов'язана з відсутністю загроз, вважаємо, що при ідентифікації об'єкта впливу, все ж СБ доцільніше пов'язувати із захищеністю / відсутністю / убезпеченістю від соціальних загроз. Відтак, найбільш простим визначенням СБ можна вважати відсутність загроз життю та здоров'ю людей.

Поряд з цим, менш чисельна частина науковців розглядає сутність СБ у зовсім іншому вимірі в рамках так званого альтернативного підходу. У відповідності з ним СБ розглядається за протилежно спрямованим вектором соціальних загроз порівняно з традиційним підходом: соціальні загрози існують не для соціуму, а навпаки – з боку соціуму для національної безпеки (державний переворот, революція, насильницька зміна існуючого ладу, акції соціальної непокори тощо). Безумовно, даний підхід має право на існування, проте, в раках даного підходу більш змістовно коректним є вживання поняття не СБ, а соціально-політична безпека.

Відповідно до наказу Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України» СБ складовою економічної безпеки. СБ розглядається як складне багатокритеріальне соціально-економічне явище, що визначає стан безпеки життєдіяльності людини та суспільства, супроводжується сталою соціальною системою гарантування безпеки і розвитку особистості, її

соціальної захищеності та включає захищеність життєво важливих цілей, ідеалів, цінностей, інтересів соціальних суб'єктів, збереження, відтворення та розвитку людського і трудового потенціалу, підтримку системи життєзабезпечення й життєдіяльності [1].

Виходячи з наведеного змісту та значення СБ, вона містить ряд складових, що підлягають вимірюванню й оцінці (рисунок). При цьому усі показники для оцінювання рівня СБ умовно можна поділити на показники-стимулятори та показники-дестимулятори.

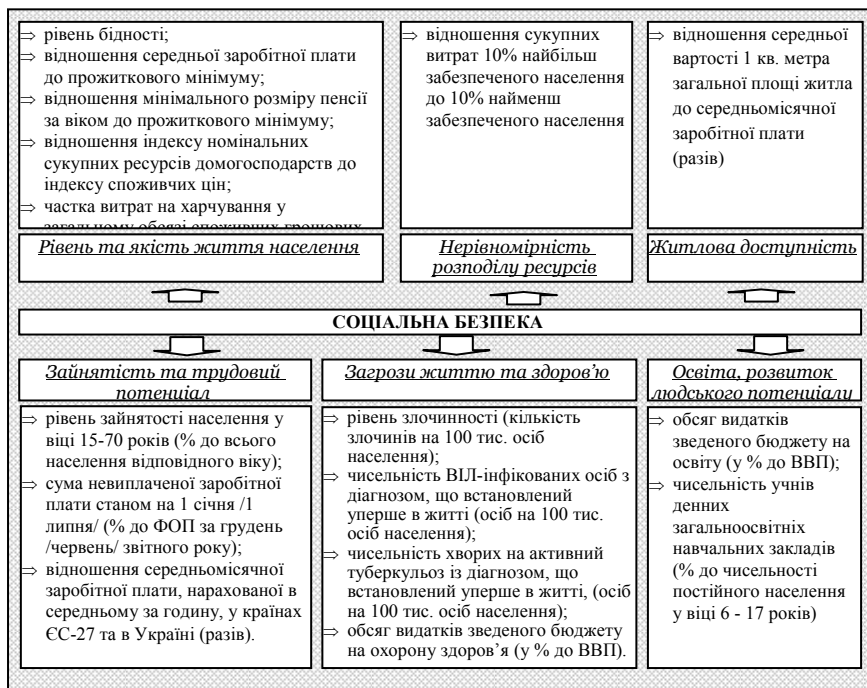


Рисунок. Складові та показники для оцінювання соціальної безпеки (відповідно до національної методики)

Розрахунок рівня СБ в Україні здійснює Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства як складової економічної безпеки. Як свідчать дані (табл. 1), рівень СБ в Україні є достатньо низьким (на протязі 2010–2019 рр. варіював від 56 до 64%). Показово, що протягом 2014–2015 рр. він суттєво знизився і лише окреслив тенденцію до зростання з 2017 року.

Аналіз динаміки показників-складових СБ (табл. 2), що зниження її рівня в Україні обумовлюють переважно показники рівня життя (бідності, доходів та витрат). Це вказує на вектор пріоритетів державної політики щодо підвищення рівня СБ.

Таблиця 1

**Кореляційний зв'язок між рівнем тінізації національної економіки та
індексами соціальної і економічної безпеки**

Роки	Індекс соціальної безпеки, %	Інтегральний рівень економічної безпеки, %
2010	57	47
2011	59	50
2012	64	47
2013	62	48
2014	57	45
2015	55	44
2016	56	48
2017	59	48
2018	60	49
2019	60	49

Таблиця 2

Динаміка показників-складових рівня соціальної безпеки в Україні

Результуючі показники (складові індексу СБ)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Частка населення із середньодушовими еквівалентними загальними доходами у місяць, нижчими 75 % медіанного рівня загальних доходів, %	24,1	24,3	25,5	24,5	23,4	22,9	23,5	24,4	24,7	23,1
Відношення середньомісячної номінальної заробітної плати до прожиткового мінімуму, разів	2,4	2,6	2,7	2,7	2,9	3,0	3,2	4,0	4,6	5,0
Відношення середнього розміру пенсії за віком до прожиткового мінімуму, разів	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,5	1,3	1,3	1,7	1,56
Співвідношення загальних доходів 10 % найбільш та найменш забезпеченого населення (децильний коефіцієнт фондів), разів	5,2	4,9	4,6	5,3	4,9	5,0	4,9	5,2	5,4	5,5
Частка витрат на продовольчі товари в споживчих грошових витратах домогосподарств, %	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7	46,6
Обсяг видатків на охорону здоров'я, % до ВВП	4,13	3,76	4,14	4,2	3,6	3,57	3,17	3,43	3,26	3,2
Обсяг видатків зведеного бюджету на освіту, % до ВВП	7,4	6,63	7,23	7,20	6,31	5,74	5,43	5,96	5,9	6,0
Чисельність ВІЛ-інфікованих осіб з діагнозом, що встановлений уперше в житті, осіб на 100 тис. осіб	44,6	46,3	45,5	47,5	42,4	36,8	39,9	42,7	42,7	38,9
Чисельність хворих на активний туберкульоз із діагнозом, що встановлений уперше в житті, осіб на 100 тис. осіб населення	64,7	63,7	64,4	64,6	56,6	55,9	54,7	51,9	50,5	49,2
Загальна чисельність учнів денних загальноосвітніх навчальних закладів, відсотків до загальної чисельності постійного населення у віці 6 - 17 років	79,8	82,0	82,5	83,0	78,4	78,5	78,7	79,1	79,5	78,6
Сума несплаченої заробітної плати станом до фонду оплати праці, %	6,2	4,3	3,0	2,5	2,1	7,0	4,4	3,4	3,4	3,2
Рівень злочинності (кількість злочинів на 100 тис. осіб)	1100	1136	980	1237	1165	1317	1386	1230	1149	1054
Рівень зайнятості населення у віці 15 - 70 років, %	58,4	59,1	59,6	60,2	56,6	56,7	56,3	56,1	57,1	58,2
Відношення середньомісячної заробітної плати, нарахованої в середньому за годину, у країнах СС-27 та в Україні, разів	15,9	22,1	12,4	12,0	16,5	21,8	19,4	15,8	13,2	10,8
Відношення середньої вартості 1 кв. метра загальної площі житла до середньомісячної заробітної плати, разів	4,8	4,3	3,8	3,7	5,0	4,9	4,5	3,3	2,6	2,5

Таким чином, рівень СБ в Україні протягом останнього десятиріччя залишається низьким, що обумовлено в значній мірі низьким рівнем життя населення.

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013, № 1277. URL: <https://ips.ligazakon.net> (дата звернення: 20.03.2021 р.).

Бурчєня О. П., аспірант (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КЛІЄНТСЬКА БАЗА РЕДАКЦІЇ ГАЗЕТИ: РИНКОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ТРЕНДИ ДІЯЛЬНОСТІ

Стратегічне управління редакцією газети вимагає формування маркетингової стратегії, яка допоможе визначати цілі та завдання редакції, зрозуміти цільові групи, шляхи монетизації послуг, встановити певні критерії, аби зрозуміти де був успіх, а де провал, щоб ефективно конкурувати та отримувати бажані результати, а також, щоб відстежувати динаміку та напрямок розвитку послуг [1].

Маркетингова стратегія є підсумком аналізу економічних показників упродовж тривалого часу. У нашому випадку йдеться про десятирічний період. Якщо у 2010 році редакція газети 100 % доходів отримувала від передплати та реклами, то у 2020 році ситуація змінилася. В структурі доходів з'явилися такі складові як реклама на електронних носіях та тендерні закупівлі. Надходження від передплати паперового варіанту газети в цілому знизилися. У той же час виросли доходи від реклами, у тому числі на електронних носіях. Доходи від блочної та контекстної реклами на сайті постійно зростають. І якщо вони на даний момент ще не сповна покривають доходи, які отримувала редакція, маючи високі тиражі, то прогнозується, що найближчим часом ця ситуація вирівняється і, умовно кажучи, саме сайт може стати головним джерелом прибутку підприємства, а не газета в паперовому варіанті.

Для реалізації стратегічного управління побудуємо матрицю послуга/ринок, яка дасть можливість керівнику уявити ринкові можливості, визначити об'єми потенційних ринків та тренди, проаналізувати діяльність конкурентів на цих ринках та обрати для себе один або кілька типів потенційних клієнтів для провадження діяльності і планування маркетингових програм. Для дослідження була обрана діяльність редакції місцевої газети обласного значення. У роботі матриця послуга/ринок редакції газети N за 2010 рік, наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Матриця послуга/ринок редакції газети N за 2010 рік, грн.

Потенційний клієнт \ Послуги	Органи влади	Юри- дичні особи	ФОП	Домогос- подарства	Фінан- сові посеред- ники	Разом, грн.
Випуск паперового варіанту газети на основі визначеного тиражу: -річної передплати	161670	115479	7699	96232	3849	384929
-роздрібу	-	1440	2057	16456	617	20570

продовження табл. 1

Реклама на паперових носіях (газета)	213224	149257	159919	5331	5331	533062
Разом, грн.	374894	266176	169675	118019	9797	938561

Зважаючи на нові тенденції стратегічне управління передбачає виокремлення трендів і знаходження ринкових можливостей, тому побудуємо матрицю послуга/ринок з 10 річним інтервалом, в якій з'являються нові послуги. Матриця послуга/ринок редакції газети N за 2020 рік наведена в таблиці 2.

Таблиця 2

Матриця послуга/ринок редакції газети N за 2020 рік, грн.

Потенційний клієнт	Органи влади	Юридичні особи	ФОП	Домогосподарства	Фінансові посередники	Разом, грн
Послуги						
Випуск паперового варіанту газети на основі визначеного тиражу:						
-річної передплати	204986	186351	12423	217409	-	621169
-роздрібу	-	34370	27213	117922	1814	181419
Реклама на паперових носіях (газета)	268192	294146	276844	17303	8651	865136
Активна реклама на сайті	15600	20800	15600	-	-	52000
Тендерні закупівлі	-	170000	-	-	-	170000
Разом, грн	488778	705767	332080	352634	10465	1889724

Наявний матеріал дозволяє сформувати матрицю послуга/ринок редакції газети N (табл. 3), в якій відображено тенденцію послуги на наявний ринок за десятирічний інтервал.

Таблиця 3

Матриця послуга/ринок редакції газети N за 2010-2020 рік, грн

Потенційний клієнт \ Послуги	Органи влади	Юридичні особи	ФОП	Домогосподарства	Фінансові посередники	Разом, грн
Випуск паперового варіанту газети на основі визначеного тиражу: -річної передплати	↘	↘	↘	↘		↘
-роздрібу		↘	↘	→	↘	↘
Реклама на паперових носіях (газета)	↗	↗	↗	→	→	↗
Активна реклама на сайті	↗	↗	↗			↗
Тендерні закупівлі		↗				↗
Разом, грн	↗	↗	↗	→	→	

На основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що редакція газети розвивається за рахунок розширення структури послуг – участі у тендерах, розширення рекламних послуг. Ринки розповсюдження залишаються ті ж самі, але користувачами роздрібного ринку є домогосподарства, а нові тренди, такі як реклама на електронному ресурсі та тендерні закупівлі орієнтовані на фізичних осіб підприємців, юридичних осіб, органи влади. Матриця дає можливість оцінити запровадження нових трендів на старі ринки та оцінити ефективність освоєння ринків збуту для нової та існуючої продукції та визначити стратегічно важливі та виключити усі неможливі для редакції комбінації послуга/ринок.

1. С. Семенюк. Маркетингове планування діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник (проблеми мікро- та макроекономіки України)*. 2010. № 1(26). С. 84–92.

Костюкевич А. М., доцент, **Антонюк С. Ю.**, студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В СІЛЬСЬКИХ ГРОМАДАХ

Сьогодні в Україні проживає понад 11,2 мільйонів молодих людей, що становить 27% населення держави. Але у пошуках роботи та кращого життя велика кількість молодих й кваліфікованих спеціалістів часто виїжджають з сільських громад. Саме тому важливо, щоб місцеві громади, визначали систему стимулів, які б допомогли зупинити міграцію молодих людей із сіл. Адже соціально-економічний розвиток територіальних громад значною мірою залежить від розвитку людського капіталу.

Децентралізація влади призвела до значних системних змін в нашій країні. Передача нових повноважень та фінансових ресурсів на місця дозволили підвищити спроможність територіальних громад та створили передумови для їх сталого розвитку. Проте у багатьох сільських територіальних громадах простежуються і негативні процеси, що проявляються в економічній деградації, у негативних демографічних тенденціях та низькому рівні якості соціальних послуг.

Основним документом, що має визначати питання стратегічного розвитку територіальної громади є план (програма) соціально-економічного розвитку.

Згідно з «Моделлю реалізації молодіжної політики на рівні міської/селищної/сільської ОТГ», основним документом, який регулює молодіжну політику в громадах, є програма по її реалізації.

Однак, як показують результати аналізу наявності таких документів на сайтах сільських ОТГ Рівненської області, більшість територіальних громад не мають затверджених стратегій розвитку, програм соціально-економічного розвитку, програм розвитку молоді.

Із загальної кількості ОТГ Рівненської області тільки 20% мають стратегії розвитку і лише у 18% стратегій наявні стратегічні та операційні цілі, які стосуються молодіжної політики.

Трохи краща ситуація з розробленням і затвердженням програм соціально-економічного розвитку сільських територіальних громад. Такі програми наявні у 63% ОТГ із загальної кількості, в яких тільки 18% мають розділ, що стосується розвитку молоді (Корнинська ОТГ, Олександрівська ОТГ, Старосільська ОТГ та Тараканівська ОТГ).

Програми розвитку молоді мають лише 18 % сільських ОТГ Рівненської області, з яких фінансуються за рахунок коштів сільського бюджету програми у Немовицькій ОТГ, Тараканівській ОТГ, Миляцькій ОТГ та Ярославницькій ОТГ.

Як свідчать результати аналізу, на території сільських громад Рівненської області є лише 4 молодіжні центри (Бугаївська ОТГ,

Кричильська ОТГ, Малинська ОТГ, Шпанівська ОТГ) та 12 зареєстрованих молодіжних громадських організацій.

Наведені дані свідчать про низький рівень розвитку молодіжної інфраструктури, що негативно позначається на створенні сприятливого середовища в громадах для неформального розвитку молодих громадян, зокрема організації дозвілля, спілкування, платформ для комунікацій, обмінних молодіжних програм.

Для кращого розуміння розвитку молодіжної політики нами було проведено анкетування молодих осіб віком від 18 до 21 року, які проживають у сільських громадах.

На думку опитаних молодих осіб, в їхніх громадах майже відсутні заходи для розвитку молоді. Більшість респондентів вважає, що для цього не вистачає неформальної освіти, спортивних заходів, культурно-мистецьких заходів, розважальних заходів (рис. 1).

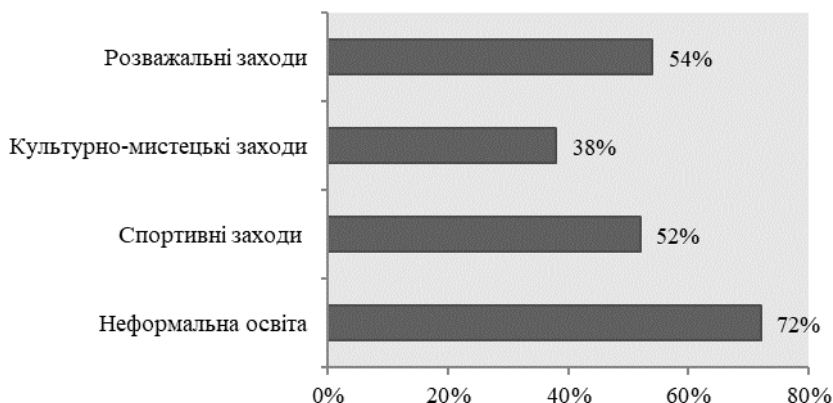


Рис. 1. Потреба у заходах, необхідних для розвитку молоді у сільських громадах

Розвиток ефективної молодіжної політики в умовах децентралізації можливий лише за умови об'єднання зусиль і координації діяльності органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та молоді. Але, на думку опитаної молоді, місцева влада не завжди враховує їхню думку при ухваленні рішень, пов'язаних з розвитком ОТГ. Із загальної кількості респондентів лише 8 % стверджують, що молодь бере участь у соціально-економічному розвитку громади (рис. 2).

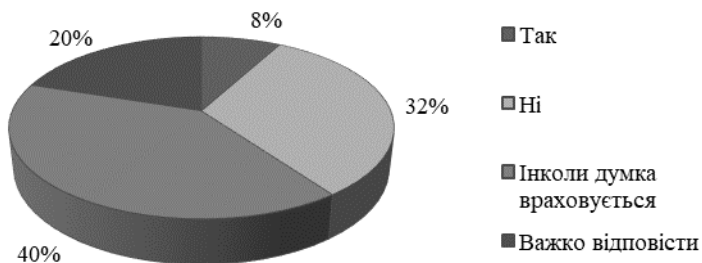


Рис. 2. Участь молоді у соціально-економічному розвитку ОТГ

Проведений аналіз показує, що сільським територіальним громадам потрібно шукати інноваційні шляхи розвитку молодіжної політики, що стане запорукою зміцнення людського капіталу та створення передумов сталого розвитку. У цьому контексті доцільно скористатися досвідом країн Європейського Союзу, де одним із вагомих факторів реалізації молодіжної політики є створення молодіжних центрів.

Перенесення кращих європейських практик діяльності молодіжних центрів на українські сільські територіальні громади створить можливості для динамічного розвитку молодіжної політики.

Попри те, що нормативно-правова база, яка регулює діяльність молодіжних центрів, в Україні лише починає формуватися [1], територіальні громади можуть напрацьовувати власні механізми їх підтримки за допомогою цільових молодіжних програм, спрямованих на підтримку конкретних молодіжних рухів та ініціатив. Як показує практика, в багатьох громадах такі механізми працюють, про що свідчать непоодинокі історії успіху у багатьох регіонах України [2].

Розвиваючи молодіжні центри у сільських територіальних громадах як основну інституцію у системі молодіжної політики, на державному рівні можна використати досвід Європейського керівного комітету у справах молоді щодо видання знаків якості для молодіжних центрів, адаптувавши його у певну модель добровільної сертифікації таких центрів, що може бути пов'язане їх подальшою ресурсною підтримкою.

1. Про основні засади молодіжної політики : Проект закону України. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69244 (дата звернення: 22.03.2021).
2. Молодіжна платформа : вебсайт. URL: http://mission.youthplatform.com.ua/wp-content/uploads/2020/01/www.youth-worker.org_ua-2019.pdf (дата звернення: 22.03.2021).

Костюкевич А. М., доцент, **Демчук А. В.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Підприємництво є основним фактором розвитку інноваційної економіки. Соціологічні дослідження свідчать, що молодь краще пристосована до підприємництва, прагне до фінансової свободи. Отже, стимулювання саме молодіжної підприємницької активності може стати суттєвою передумовою для розвитку інноваційної економіки в Україні.

Дослідження показали, що українська молодь має меншу схильність до підприємницької діяльності, ніж мешканці країн Західної Європи та інших розвинених країн [1]. Водночас українські стратегії та програми розвитку підприємництва не мають достатньо механізмів та інструментів підтримки молодіжного підприємництва та не інтегровані у навчально-виховний процес на рівні закладів середньої та вищої освіти.

Порівняно з вітчизняною практикою підтримки молодіжного підприємництва, за кордоном існує ширший спектр інструментів підтримки самозайнятості молоді та молодіжного підприємництва. В більшості країн Євросоюзу та США, усвідомлюючи важливість малого бізнесу для економіки, вживають заходів, спрямованих на формування підприємницького потенціалу та створення сприятливих ринкових умов для розвитку молодіжного підприємництва.

У США Законом «Про партнерство у виробничому навчанні» передбачено підготовку молоді до підприємництва, що дозволяє наблизити сучасну підприємницьку освіту до вимог сучасного суспільства. Також там діє велика кількість програм підтримки підприємців. Зокрема, бізнесмени підтримують молодих підприємців через програми навчання і розвитку бізнесу (The Center for Entrepreneurship); створюють бізнес-простори при університетах (бізнес-кампуси, дискусійні клуби, консультаційні організації); фонди (корпоративні, венчурні, благодійні, фандрейзинг, краудфандинг); бізнес-акселератори та інкубатори [2].

У Великобританії застосовуються різні механізми підтримки молодіжного підприємництва. По перше, це перехід від шефства і меценатства до втручання у навчальні програми та технічне забезпечення навчання.

Державна підтримка молодіжного підприємництва полягає у створенні сприятливого клімату для здійснення підприємництва, що полягає у зменшенні бюрократичних процедур, та сприянні зниженню витрат на створенню власного бізнесу; реалізація програм консультування та наставництва для молоді, яка планує відкривати власну справу; надання кредитів за нижчими відсотковими ставками; розвиток волонтерських рухів, які підтримують стартапи, які реалізуються безробітною молоддю

реалізація програм допомоги безробітним, які бажають розпочати власний бізнес [3].

У Німеччині приватні фірми підтримують університети, відкриваючи кафедри підприємництва, де студенти розробляють бізнес-плани і готуються стати підприємцями.

Закордонний досвід підтримки молодіжного підприємництва свідчить про застосування різних видів фінансових стимулів. У Швеції для заснування власної справи молоді безробітні можуть звернутися за фінансовою допомогою у вигляді субсидії, яка надається на шість місяців і дорівнює обсягу щоденної допомоги з безробіття за піврічний період.

В Австрії та Франції важливим засобом підтримки молодіжного підприємництва є надання безпроцентних позик та виплата всієї суми допомоги по безробіттю за максимальний період.

У Греції державна підтримка молодіжного підприємництва полягає у наданні пільгових кредитів, податкових пільг, а також фінансуванні закупівлі обладнання та оренди приміщень.

В інших країнах Європейського Союзу (Польща, країни Балтії, Угорщина, Чехія, Словаччина) застосовуються однакові механізми підтримки молодіжного підприємництва: надання субсидій, пільгових кредитів, позик тощо [3].

Отже, в країнах ЄС поширені непрямі фінансові методи підтримки молодіжного підприємництва: субсидування, пільгове кредитування, пільгове оподаткування, а також програми консультування та наставництва для молоді. Більшість із цих механізмів можуть бути реалізовані в Україні в умовах чинної нормативно-правової бази.

1. Гросул В. А., Дядюк М. А., Зубков С. А. Сучасний досвід, проблеми та перспективи розвитку молодіжного підприємництва в Україні. URL: <http://elibt.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2768/1> (дата звернення: 25.03.2021).
- 2 Empowering Entrepreneurship Success: Junior Achievement's 2010 Teens and Entrepreneurship Survey. New York, 2010. URL: <http://www.ja.org>. (дата звернення: 25.03.2021).
3. Walsh K. The encouragement and support for youth self-employment in the United Kingdom: comparisons with the approach in Spain. URL: <http://webcache.googleusercontent.com> (дата звернення: 25.03.2021).

Мазур Н. О., к.е.н., доцент, **Целюх Я. О.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЗАРАХУВАННЯ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДО РОБОЧОГО ЧАСУ ПРАЦІВНИКА ЯК СТИМУЛ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

Протягом останнього десятиліття в Україні все більшої популярності набуває концепція соціальної відповідальності бізнесу (корпоративної соціальної відповідальності), яка представляє собою систему суспільних відносин бізнесових структур із зацікавленими групами (стейкхолдерами), взаємодію з державою у вирішенні соціальних проблем.

Існуючі моделі соціальної відповідальності мають багаторівневу структуру. Науковці [1] виділяють три рівні для визначення соціальної відповідальності: перший (базовий) рівень – бізнес платить податки у повному обсязі й легально, тим самим кошти надходять до бюджету, звідки розподіляються на ті ж соціальні програми; другий (корпоративний) рівень – соціально відповідальний бізнес повинен платити економічно обґрунтовану заробітну плату; третій (вищий) рівень – соціально відповідальний бізнес на добровільній основі займається доброчинністю.

Політику компанії, спрямовану на залучення її працівників до благодійної та волонтерської діяльності, називають корпоративним волонтерством. У світовій практиці корпоративне волонтерство давно набуло масового характеру, тоді як в Україні знаходиться на етапі формування.

Корпоративне волонтерство, як і соціально відповідальний бізнес загалом, ґрунтується в першу чергу на особистісній соціальній відповідальності, а отже й на схильності кожного окремого індивіда до доброчинної діяльності. Тобто основним ресурсом реалізації програм корпоративного волонтерства та, водночас, їх основними споживачами є люди, що зумовлює необхідність дослідження можливостей залучення громадян до реалізації цього елементу соціальної відповідальності. Учасником програми корпоративного волонтерства може бути будь-який працівник організації, незалежно від віку, статі, стажу роботи та посадових обов'язків. При цьому участь у програмах зазвичай є добровільною.

Для виявлення основних настроїв суспільства щодо розвитку корпоративного волонтерства у нашій державі, за допомогою google-форм та шляхом заповнення паперових анкет нами опитано 192 респонденти, значну частку яких становлять власники бізнесу та наймані працівники. За результатами соціологічного дослідження, однією з перешкод, яка може стояти на шляху у зайнятих економічною діяльністю громадян до участі у програмах корпоративного волонтерства, названо нестачу часу (зокрема, дану відповідь зазначили 54,5% опитаних найманих працівників). Крім того,

80% респондентів підтримали пропозицію зараховувати час, затрачений на волонтерство, до оплаченого робочого часу працівника.

Тобто, якщо співробітник займається організацією волонтерського проекту, підготовкою та проведенням заходів за програмою корпоративного волонтерства, на це доцільно відводити певну частину робочого часу.

Найпоширенішим у світовій практиці є дозвіл компаній на використання на участь у подібних заходах близько чотирьох годин робочого часу на квартал, що складає близько двох робочих днів на рік. Однак, цього часу не завжди достатньо для повноцінної участі у волонтерських проектах, тим більше у період становлення вітчизняного корпоративного волонтерства. Тому пропонуємо українському бізнесу виділяти для участі в програмах корпоративного волонтерства до 120 годин робочого часу на рік. Дана норма визначена статтею 65 Кодексу законів про працю України для надурочних робіт [2], тому є знайомою для роботодавців та менеджерів з персоналу й не має викликати опору.

Оскільки підприємства мають право доповнювати умовні позначення, передбачені типовою форма № П-5, пропонуємо в Табелі обліку робочого часу використовувати літерне умовне позначення: *KB* – робочий час в межах корпоративного волонтерства.

Даний час буде оплачуватися за прийнятою для відповідної посади формулою розрахунку почасової заробітної плати на основі тарифних ставок та посадових окладів працівників.

Альтернативна схема може передбачати формування для кожного працівника «банку часу», де накопичуватимуться години, затрачені працівником на організацію або реалізацію заходів у межах програми корпоративного волонтерства поза тривалістю робочого дня. У такому випадку організація також має попередньо встановити максимальний «бюджет» часу, який співробітники можуть витратити на підтримку волонтерських програм. З часом працівники зможуть використати накопичені години шляхом отримання права на гнучкий графік роботи в окремі дні, або ж, при перерахунку годин у робочі дні, – на додаткові дні оплачуваної відпустки.

Запропоновані рекомендації стимулювання працівників до участі у корпоративному волонтерстві шляхом можливого регулювання робочого часу сприятимуть розвитку соціальної відповідальності бізнесу як перед суспільством, так і перед власними співробітниками.

1. Комарова К., Ковальчук Н., Гальчак Х., Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці* : науково-економічний та суспільно-політичний журнал. 2009. № 1. С. 22. 2. Кодекс законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата звернення: 22.03.2021).

Міщук В. А., студентка ННІЕМ

Науковий керівник: Самолук Н. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АНАЛІЗ РІЗНОВИДІВ HR-БРЕНДУ

В сучасних умовах розвитку економіки конкурентоспроможність бізнесу значною мірою залежить від наявних людських ресурсів. У зв'язку із значним дефіцитом кваліфікованого персоналу та зниженням його лояльності до роботодавця, і відтак зростанням мобільності, перед бізнесом постає необхідність пошуку нових, більш ефективних інструментів залучення та утримання персоналу. Особливо актуалізувалося дане питання в умовах пандемії, коли для того щоб «лишитися на плаву» бізнесу довелося скоротити витрати на персонал. Відтак, на перший план вийшли альтернативні (нецінові) способи залучення та утримання працівників, в тому числі бренд роботодавця (HR-бренд).

При формуванні ефективного бренду роботодавця необхідно чітко представляти, на кого мають бути спрямовані програмні заходи, які для цього найкраще використовувати інструменти і що конкретно має бути отримано в кінці їх реалізації. Тобто насамперед потрібно визначитися із майбутнім видом бренду роботодавця, який би вписувався у загальну стратегію розвитку бізнесу.

На основі аналізу класифікацій корпоративного бренду С. Мокіна розробила типології бренду роботодавця. В основу своєї класифікації автор поклала подібність та відмінність брендів за шістьма критеріями, а саме: за спрямованістю прояву; за емоційним забарвленням; за цілеспрямованістю формування; за ступенем раціональності сприйняття; за ступенем охоплення цільової аудиторії; за змістом [1].

Найбільш важливим, на нашу думку, є дослідження різновидів бренду за спрямованістю прояву з метою формування HR-бренд потрібного емоційного забарвлення для різних цільових аудиторій.

Варто відмітити, що за емоційним забарвленням HR-бренд може бути позитивним і негативним. Останній формується стихійно, або цілеспрямовано конкурентами компанії за допомогою так званого «чорного PR» та антиреклами [1]. Тож уся брендингова діяльність компанії має бути спрямована на те щоб цільова аудиторія ринку праці сприймали її як однозначно позитивне місце роботи, тобто на формування позитивного HR-бренд. У звіті LinkedIn Corporate Recruiting Trends (2017), сформованому за результатами опитування 4000 спеціалістів із залучення талантів із 35 країн світу, зазначено, що 30% HR-керівників готові збільшувати обсяг інвестування у формування (поліпшення) враження кандидатів про компанію [2].

HR-бренд компанії спрямовується на два типи аудиторії – внутрішній та зовнішній ринок праці. З табл. видно, що під кожен аудиторію формуються

свої цілі, вибираються інструменти комунікацій і плануються результати. Однак, з огляду на визначені характеристики можна прийти до висновку, що між зовнішнім та внутрішнім брендами компанії як роботодавця повинні існувати тісні функціональні зв'язки, оскільки їх розбіжність може викликати недовіру до організації та її позиціонуванню як роботодавця.

Таблиця

Двоїста спрямованість бренду роботодавця [1]

	Внутрішній HR-бренд	Зовнішній HR-бренд
Аудиторія	наявні працівники компанії	потенційні працівники, колишні працівники, рекрутингові агенства, аутсорсингові компанії і т.д.
Цілі	зниження рівня плинності кадрів; забезпечення довгострокової лояльності та залученості кадрів; скорочення термінів та вартості підбору персоналу; зменшення затрат на адаптацію та навчання	формування образу компанії як позитивного і привабливого місця для працевлаштування; залучення необхідної кількості кандидатів відповідної кваліфікації; підтримка корпоративного іміджу компанії
Інструменти комунікацій	внутрішні PR-заходи, корпоративні ЗМІ (Інтранет, газети, журнали, дошки оголошень, електронні розсилки), створення програм «історії успіху» про розвиток всередині компанії	зовнішні PR-заходи, реклама, публікація вакансій в ЗМІ, участь у зовнішніх рейтингах на звання кращого роботодавця, залучення аудиторії в соціальних мережах, кар'єрний сайт, програми «адвокати бренду»
Результат	підвищення лояльності та залученості працівників, підвищення продуктивності праці, зменшення плинності кадрів, підвищення задоволеності роботою, гордість за роботодавця	залучення найкращих цільових кандидатів на ринку праці, сформований образ підприємства як найбільш привабливого місце для роботи

Відтак, формування позитивного бренду роботодавця є системним процесом, що передбачає вивчення потреб внутрішньої та зовнішньої цільових аудиторій, оцінку рівня відповідності реального HR-бренду бізнесу даним потребам, розробку заходів для скорочення розриву між потрібним та реальним, а також моніторинг результатів даних заходів.

1. Мокіна С. М. Концепція бренду роботодавця: сутність, функції, класифікація, інструменти формування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 6. С. 189–196. 2. Фірсова С. Г., Кожухівська А. О. Стратегічні аспекти управління брендом роботодавця. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.9.51> (дата звернення: 26.03.2021).

Надюк А. М., студентка

Науковий керівник: Мазур Н. О., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Соціальна робота, як наука, навчальна дисципліна та напрям професійної діяльності, в Україні відносно молода та вже зарекомендувала себе як ефективний механізм реалізації соціальної політики. Нині її розуміють не тільки як традиційну благодійність чи діяльність державної системи закладів соціального забезпечення, а і як багатоаспектну суспільну практику, перспективну навчальну і наукову дисципліну [8].

Професійно-кваліфікаційні характеристики та вимоги до професій та посад працівників даної сфери на різних рівнях її реалізації (Центральний апарат міністерства праці та соціальної політики України, Фонд України соціального захисту інвалідів, Територіальний центр соціального обслуговування пенсіонерів та одиноких непрацездатних громадян та ін.) визначено випуском 80 «Соціальні послуги» ДКХП. Проаналізувавши перелік професій та посад у межах спеціальності 231 «Соціальна робота», найбільш універсальними для вітчизняної і зарубіжної практики надавачів соціальних послуг населенню вважаємо професії соціального працівника та фахівця із соціальної роботи (табл. 1).

Таблиця 1

Кваліфікаційні вимоги до основних представників спеціальності
231 «Соціальна робота»

Професії та посади	Кваліфікаційні вимоги
Соціальний працівник	Неповна вища освіта (молодший спеціаліст) з соціального, медичного, педагогічного, правознавчого напрямку підготовки або професійно-технічна освіта відповідного напрямку підготовки. Без вимог до стажу роботи.
Фахівець із соціальної роботи	Фахівець із соціальної роботи: повна або базова вища освіта відповідного напрямку підготовки без стажу роботи. Фахівець із соціальної роботи II категорії: повна або базова вища освіта відповідного напрямку підготовки (спеціаліст або бакалавр) та підвищення кваліфікації; для бакалавра – стаж роботи за професією фахівця із соціальної роботи – не менше 2 років. I категорії: повна або базова вища освіта відповідного напрямку підготовки (магістр, спеціаліст або бакалавр) та підвищення кваліфікації; для магістра – без вимог до стажу роботи. Провідний фахівець із соціальної роботи: повна вища освіта відповідного напрямку підготовки (магістр, спеціаліст) та підвищення кваліфікації. Стаж роботи за професією фахівця із соціальної роботи I категорії – не менше 2 років.

Джерело: складено автором на основі [1; 2]

На сьогодні підготовку фахівців за освітньо-професійними програмами за спеціальністю 231 «Соціальна робота» пропонують 57 вітчизняних ЗВО. Для мешканців Рівненської області пріоритетними для вибору є заклади західного регіону та м. Київ (табл. 2).

Таблиця 2

Підготовка фахівців за спеціальністю 231 «Соціальна робота»

ЗВО, структурний підрозділ	Освітня програма	Рівень вищої освіти	Кваліфікація
КПІ ім. Ігоря Сікорського, факультет соціології і права	«Міжнародні соціальні проекти та волонтерська діяльність»	- перший (бакалаврський)	Соціальний працівник
		- другий (магістерський)	Професіонал в галузі соціального захисту населення
Волинський національний університет імені Лесі Українки, факультет педагогічної освіти та соціальної роботи	«Соціальна робота»	- перший (бакалаврський)	Соціальний працівник
		- другий (магістерський)	Фахівець з надання соціальних послуг, менеджер з соціальної роботи
Рівненський інститут університету «Україна», кафедра психології, соціальної роботи та гуманітарних дисциплін	«Соціальна робота»	- перший (бакалаврський)	Бакалавр соціальної роботи
		- другий (магістерський)	Підготовка магістрів розпочнеться з 2021 року, інформація про кваліфікацію на даний момент не доступна
Тернопільський національний економічний університет, соціально-гуманітарний факультет	«Соціальна робота»	- перший (бакалаврський)	Бакалавр з соціальної роботи
		- другий (магістерський)	Магістр з соціальної роботи

Джерело: складено автором на основі [3; 9; 5; 7].

Зміст та структура професійної підготовки соціального працівника в Україні визначається програмою вищого навчального закладу, яка розробляється відповідно до Державних стандартів освіти за даною спеціальністю. Програма підготовки складається з: соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загально-економічної підготовки, загально-професійної, практичної підготовки та державної атестації [6].

На основі аналізу наукових публікацій щодо досвіду професійної підготовки соціальних працівників та фахівців із соціальної роботи у зарубіжних країнах вважаємо за доцільне виділити такі основні моменти.

США – рівень підготовки є багаторівневим (бакалавр, магістр, доктор)

відбувається у школах та університетах соціальної роботи; програма підготовки фахівців на кожному рівні розроблена таким чином, щоб забезпечити випускників необхідними знаннями, етичними цінностями та практичними навичками, необхідними для побудови кар'єри соціального працівника-практика на різних посадах [4].

Велика Британія – рівень підготовки соціальних працівників в цій країні складається із 6 ступенів: перші чотири ступені – це недипломовані соціальні працівники, які забезпечують обслуговування клієнтів в різних соціальних закладах, 5-6-й ступені – дипломовані спеціалісти соціальної роботи, які пройшли відповідну підготовку в університетах чи коледжах. У всіх ВНЗ підготовка соціальних працівників передбачає навчання на трьох рівнях: базовий-теоретичний (засвоєння психологічних знань, медичних, правових наук), теоретико-практичний (знання теорії, концепцій та моделей соціальної роботи), практичний (практична підготовка) [4].

В *Канаді* підготовку майбутніх спеціалістів проводять коледжі, факультети, школи й відділення соціальної роботи, які становлять невід'ємну частину університетів [4], на рівні бакалаврату, магістратури та докторантури.

Впровадження позитивного зарубіжного досвіду підготовки фахівців із соціальної роботи сприятиме оптимізації вітчизняної системи професійної підготовки надавачів соціальних послуг та розвитку системи соціального захисту населення в Україні.

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. *Соціальні послуги*. Вип. 80. URL: <https://jobs.ua/dkhp/articles-2388> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. *Соціальні послуги*. Вип. 80. URL: <https://jobs.ua/dkhp/articles-2386> (дата звернення: 25.03.2021).
3. Кафедра філософії КПІ ім. І. Сікорського. Офіційний сайт. URL: <http://philosophy.kpi.ua/vstup/bakalavrat/> (дата звернення: 25.03.2021).
4. Корнешук В. В. Рівні підготовки соціальних працівників за кордоном. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління* : матеріали XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Маріуполь, 3 березня 2017 р. Маріуполь : ДонДУУ, 2017. URL: <http://rp.dsum.edu.ua/handle/123456789/2377> (дата звернення: 25.03.2021).
5. Рівненський інститут університету «Україна». Офіційний сайт. URL: <https://iv.uu.edu.ua> (дата звернення: 25.03.2021).
6. Рябова Ю. М. Професійна підготовка соціальних працівників в Україні та за кордоном. *Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej NaukowoPraktycznej. Pedagogika. Badania podstawowe i stosowane: wyzwania i wyniki*. Warszawa, 30.05.2017. 31.05.2017. URL: https://openarchive.nure.ua/bitstream/document/9256/3/Pedagogika_Gdansk.pdf#page=9 (дата звернення: 25.03.2021).
7. Соціально-гуманітарний факультет ЗУНУ. Офіційний сайт. URL: <https://www.wunu.edu.ua/educational-subdivisions/faculty/sgf> (дата звернення: 25.03.2021).
8. Становлення соціальної роботи як науки в Україні. URL: <https://buklib.net/books/30279> (дата звернення: 25.03.2021).
9. Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи. Офіційний сайт. URL: <https://vnu.edu.ua/uk/faculties-and-institutions/fakultet-pedagogichnoi-osviti-ta-socialnoi-roboti> (дата звернення: 25.03.2021).

ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Людські ресурси – це потенційні активи [1], які в умовах кардинальних змін зовнішнього середовища здатні діяти креативно та інноваційно, винаходити нові способи діяльності та взаємодії у командах, що в підсумку дає можливість компаніям долати кризові явища, залишатися на ринку, нарощувати потенціал конкурентоспроможності.

Саме завдяки реалізації ефективного управління з'являються можливості у людських ресурсів ставати активами і забезпечувати продуктивну діяльність компаній. Управління людськими ресурсами в компаніях здійснюють ТОП і HR-менеджери. Звісно, що діяльність HR-менеджерів повинна бути спрямована на розробку і реалізацію таких заходів, які стимулювали б зростання активності людських ресурсів, а в підсумку й продуктивності праці.

Важливо для HR-менеджерів вивчати тренди [2], інновації (новітні методики) в управлінні та їх застосовувати у практичній діяльності. Серед реалізованих інновацій в управлінні людськими ресурсами, які визнані успішними впродовж 2020 року, є наступні.

1. Гейміфікація. Її застосування сприяє поліпшенню продуктивності роботи і мотивації команди. Методика передбачає надання певних бонусів і різних нематеріальних винагород співробітникам за виконання завдань. За підсумками певного періоду, який встановлюється керівництвом, фахівці, що володіють найбільш високою кількістю накопичених балів, отримують заохочувальні призи. Працівники, що належним чином простимульовані демонструватимуть відмінні результати, що здобуті у процесі конкуренції за визнання, бонуси і призи.

2. Employee Experience Management. Управління досвідом працівників має стати важливим у діяльності HR-менеджерів. Застосування цієї методики управління є ефективним лише в тому випадку, якщо співробітники працюють на підприємстві не тільки по тому, щоб заробити кошти для задоволення своїх базових потреб, а насправді бажають бути частиною команди, вболівають за просування підприємства. Даний метод передбачає забезпечення співробітникам достатнього фізичного простору, наявність гнучких підходів до роботи (можливість самостійно вибирати проекти), максимальної доступності сучасних технологій і інструментів для ведення бізнесу. В результаті впровадження даної методики значно зростає командний дух і ефективність роботи персоналу.

3. Безлімітні відпустки. Ця методика ще не набула популярності в нашій країні, а даремно. Пропонування співробітникам компаній можливості отримання необмеженої відпустки дозволяє їм, незалежно від сфери діяльності, мати достатньо часу для позбавлення від стресу, викликаного

насиченою трудовою діяльністю, і встигати справлятися з поза робочими обов'язками. В результаті відпочили працівники компаній в робочий час викладаються на всі 100 відсотків, забезпечуючи процвітання компанії. Саме такі людські ресурси здатні розробляти інноваційні рішення і працювати в команді. Ефективність подібних нововведень вже була неодноразово доведена в США, де фахівці підприємств часто навіть не витрачають в повній мірі навіть оплачувану відпустку.

4. HR маркетинг. Для розкриття потенціалу компанії важливу роль відіграє залучення талановитих співробітників. Присутня висока ймовірність популяризації HR-маркетингу, спрямованого на підбір фахівців, виходячи з клієнтоорієнтованості. Підприємству самому необхідно стати HR брендом, тобто бути місцем, де працювати хоче величезна кількість людей через високу оплату праці, престижність, наявності можливості кар'єрного росту. Важливу роль для кандидатів грає наявність місії, внутрішньої атмосфери і багатьох інших факторів, а переваги компанії демонструються: залученням найталановитіших і найкваліфікованіших фахівців; максимальною віддачею людських ресурсів під час виконання завдань, завдяки потоку талантів забезпечується впровадження нових технологій і розробка сучасних рішень ведення бізнесу, що в підсумку забезпечує процвітання компанії.

5. Діджіталізація HR. Застосування її забезпечує більшу ймовірність успіху. У мережі інтернет є величезна кількість даних про людей. Йдеться про соціальні мережі і форуми. Завдяки їхнім дослідженням можна сформувати портрет особистості, після чого вже приймати рішення про прийняття її в штат. HR тренд автоматизації та впровадження HRM набирає обертів, дозволяючи оптимізувати внутрішні процеси, але вже не тільки на рівні конкретних підприємств, а й у сфері малого і середнього бізнесу в цілому. Сучасні HRM-системи дають можливість моніторити прогрес і служать базою даних для відпусток. Саме зараз настає найбільш сприятлива ситуація для впровадження HR для перерозподілу часу з рутинних завдань на стратегічні.

6. Технології нейромаркетингу. Нейромаркетинг – це певний комплекс методик, спрямованих на вивчення поведінки фахівців. Він дає можливість прогнозувати реакції персоналу і забезпечити максимально стабільний режим роботи. Серед інструментів слід виділити імпліцитні тести, за рахунок яких можна отримати інформацію про підсвідомому сприйнятті компанії та управлінських рішеннях. Це істотно допомагає органам управління.

7. Розвиток лідерства. Реалізація цієї методики відбувається, коли компанія є максимально зацікавленою у використанні творчого потенціалу своїх співробітників. Персонал підприємства відвідує спеціалізовані семінари, на яких розповідають про головні теорії лідерства та командування. За рахунок цього можливе найефективніше використання здібностей співробітників компанії.

8. Персоналізація. Кожна людина є індивідуальністю і цьому питанню HR слід приділити достатню увагу. Даний метод передбачає прийняття до уваги індивідуальних якостей кожної ланки команди, використання талантів і умінь в індивідуальному порядку всіх співробітників. Тим більше було давно доведено, що кожна людина має потребу в абсолютно різних умовах праці. Одним простіше працювати в опенспейсе, а інші потребують відокремленій тихій кімнатці, де простіше сконцентруватися на складних звітах. Для керівництва дуже важливо не тільки слухати, а й чути своїх співробітників. Слід впроваджувати менторство і надавати допомогу фахівцям в питаннях створення свого особистого кар'єрного плану. Завдяки впровадженню цього методу можна значно підвищити якість роботи співробітників, так як за рахунок подібних інновацій зміцнюється лояльність персоналу і залучення до трудового процесу.

9. Штучний інтелект в HR. У рекрутера величезна кількість часу займає розгляд тисячі резюме, з якої слід вибрати найбільш підходящого співробітника. На відміну від HR, з даним завданням зможуть впоратися сучасні AI системи, які: в найкоротші терміни проводять аналіз резюме; виробляють оцінку кваліфікації кандидатів; визначають кандидатури, які найбільш підходять на посаду.

10. People analytics. Дана процедура здійснюється з метою організації даних про операції компанії для ефективного управління людськими ресурсами і допомоги в ідентифікації інформації, яку необхідно зберегти. Завдяки цьому можна спрогнозувати результативності інвестицій в людський капітал.

11. Навчання нових ролей. Для забезпечення найбільшої ефективності робочого процесу відмінним рішенням є навчання співробітників новим ролям. В результаті забезпечується розвиток світогляду членів команди. Завдяки новим знанням команди зможуть значно простіше визначати цілі і терміни їх досягнення. За рахунок цього можна уникнути конфліктних ситуацій і непорозумінь. Співробітники компанії зможуть значно розкрити свій потенціал, що дозволяє їм спробувати себе в чомусь новому.

Отож, знання HR-менеджерами інновацій в управлінні людськими ресурсами та їх застосування сприяє значному зростанню результативності праці та залученості працівників до виконання своїх рутинних обов'язків, а саме через краще розуміння, наскільки їхня праця важлива для досягнення місії компанії.

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами. Москва : ИНФРА-М, 2002. 328 с. 2. Кукса В., Полях К. Управління персоналом: новітні тенденції та загрози. *Фінансовий простір*. 2020. № 1 (37). С. 91–101.

Олійник О. О., к.е.н, доцент, **Пожарський Д. С.**, студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЗАЛУЧЕННЯ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ МІГРАНТІВ: МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР

Міграція висококваліфікованих працівників постає у якості актуального та проблемного питання в сучасній глобалізованій системі міжнародних економічних відносин. Високоосвічені іммігранти як зовнішнє джерело трудових ресурсів здатні задовольнити дефіцит талантів, сприяти зростанню трудового потенціалу країни. Відтак простежується зростаюча конкуренція між країнами щодо залучення цієї категорії мігрантів, що стимулює уряди впроваджувати нові інструменти міграційної політики задля залучення висококваліфікованих працівників з інших країн.

Варто відмітити, що тільки незначна кількість урядів прагнуть зменшити загальну кількість іммігрантів, що прибувають з використанням звичайних та законних каналів. Так, в 2019 році більшість із 111 країн, які надали інформацію, повідомляли або про політику щодо підвищення рівня імміграції (37%), або про політику щодо підтримання поточного рівня (26%). Лише три відсотки країн проводили політику зниження поточного рівня імміграції. Щодо регулювання міграції висококваліфікованих працівників, то багато країн повідомляють, що мають певний тип заходів щодо залучення таких мігрантів. У 2019 році 40% урядів повідомили, що мають політику, спрямовану на підвищення рівня імміграції висококваліфікованих працівників, 5% мали політику щодо зменшення кількості таких мігрантів, а решта країн або мали політику, спрямовану на підтримку наявного рівня (19%), або у них взагалі відсутня така політика (37%) [1].

Незважаючи на всю різноманітність селективної міграційної політики, в основі відбору висококваліфікованих мігрантів покладено два базові підходи: бальний та система відбору на підставі заявок роботодавців. При практичному застосуванні країни досить часто використовують поєднання цих двох систем [2].

Австралія є яскравим прикладом бальної міграційної політики, в основі якої покладено Програму загальної кваліфікованої міграції, орієнтовану на висококваліфікованих працівників (підклас 189/190/491/191) – General Skilled Migration [3]. Програма загальної кваліфікованої міграції призначена для висококваліфікованих осіб чи сімей, які бажають назавжди переїхати до Австралії, щоб заповнити нестачу фахівців в цій країні. Візи в рамках цієї міграційної програми проходять бальні перевірки та є незалежними, постійними візами, що фінансуються державою, територією або сім'єю.

Для працевлаштування висококваліфікованих працівників в США існує програма H-1B, яка дозволяє роботодавцям тимчасово працевлаштовувати

іноземних працівників у США на неімміграційній основі за спеціальними професіями або працівників з визначними заслугами та здібностями. Визначені спеціальності вимагають сукупності теоретичних та практичних знань, ступеня бакалавра або відповідного еквівалента в конкретній сфері (наука, медицина, охорона здоров'я, освіта, біотехнології, бізнес-спеціальності тощо) [4]. Чинне законодавство обмежує щорічну кількість кваліфікованих іноземних працівників, яким може бути видана віза або іншим чином наданий статус H-1B, до 65 000 осіб.

На теренах країн Європейського Союзу існує загальна процедура щодо імміграції висококваліфікованих працівників – Блакитна карта ЄС, яка надає комплексні соціально-економічні права та створює можливості для отримання посвідки на постійне місце проживання в Європі. Щоб подати заявку на отримання Блакитної картки, заявник повинен:

- мати діючий контракт на роботу або обов'язкову пропозицію про роботу для висококваліфікованого працівника на термін не менше 1 року;
- досягти мінімального рівня заробітної плати у відповідній державі-члені ЄС;
- для регульованих професій: представити документи, що підтверджують виконання національних законодавчих вимог;
- для нерегульованих професій: представити документи, що підтверджують відповідність вищої професійної кваліфікації;
- пред'явити дійсний проїзний документ, заяву на візу або візу (за необхідності), а також дійсний дозвіл на проживання або національну довгострокову візу (за необхідності);
- надати страховий поліс на випадок хвороби (або підтвердження подання заяви) [5].

1. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). *International Migration 2019: Report*. (ST/ESA/SER.A/438). **2.** Буряк С. В. Висококваліфіковані спеціалісти як категорія трудових мігрантів у праві Європейського Союзу. *Університетські наукові записки*. 2016. № 59. С. 310–320. **3.** General Skilled Migration. Australian Skilled Migration. URL: <https://www.australianskilledmigration.com.au/general-skilled-migration> (дата звернення: 20.03.2021). **4.** H-1B, H-1B1 and E-3 Specialty (Professional) Workers. *U.S. Department of labor*. URL: <https://www.dol.gov/agencies/eta/foreign-labor/programs/h-1b> (дата звернення: 20.03.2021). **5.** EU Immigration Portal. *European Commission website*. URL: https://ec.europa.eu/immigration/blue-card/hungary_en (дата звернення: 20.03.2021).

Самолук Н. М., к.е.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДІАГНОСТИКА ЗАДОВОЛЕНOSTІ ПРАЦІВНИКІВ ВНУТРІШНІМ HR-БРЕНДОМ КОМПАНІЇ

Підкреслюючи унікальні аспекти зайнятості в компанії, бренд роботодавця являється ефективним інструментом конкурентної боротьби на зовнішньому та внутрішньому ринках праці. Відтак, сильний HR-бренд, створюючи привабливий образ компанії в уяві як потенційних працівників (сприяє залученню кваліфікованих кадрів), так і наявних (забезпечує лояльність), позитивно впливає на подальший успішний розвиток компанії [2]. Оскільки в даний час особливо гострими є питання не лише привернення професіоналів, а й їх утримання, тому дуже важливим є врахування аспектів формування та розвитку саме внутрішнього HR-бренду.

Наше дослідження було проведено на базі ТОВ «Вік-Експо», що є офіційним дилером таких автомобільних брендів, як SKODA, Renault, Nissan, Honda, Fiat та BOSCH. Діагностику внутрішнього HR-бренду було здійснено за результатами он-лайн анкетування працівників автоцентру в м. Рівне.

Оцінювання рівня задоволеності працівників внутрішнім HR-брендом здійснювалося за чотирма блоками атрибутів, запропонованими Білорус Т.В. та Фірсовою С.Г. (табл. 1). Анкета містила 39 питань, що характеризували організаційні, функціональні, економічні та психологічні сторони бренду роботодавця. Google-форма анкети була надіслана усім працівникам автоцентру і продовж тижня було отримано 46 відповідей, тобто 32% персоналу прийняли участь у нашому дослідженні.

В основу методики діагностики HR-бренду, покладено семантичний диференціал із п'ятирозмірною шкалою розрядів між двома біполярними твердженнями (5 – «абсолютно погоджуюся»; 1 – «абсолютно не погоджуюся»). Саме така шкала дозволяє респондентам як найточніше оцінити своє ставлення до різних складових, що характеризують внутрішній бренд роботодавця. Загальна сума балів набрана працівником за анкетною характеризує рівень його задоволеності внутрішнім HR-брендом. Відтак, залежно від кількості складових бренду, що оцінювалися працівниками та від можливої їх оцінки (від 1 до 5) рівень задоволеності може варіювати від 37 до 180 балів, а саме:

- 145-180 балів – стабільна задоволеність HR-брендом – працівник задоволений, оскільки знайшов у компанії все те, на що очікував;
- 109-144 балів – зростаюча задоволеність HR-брендом – працівник хоча і досягнув своїх цілей у компанії, насправді залишається незадоволеним, оскільки очікував від компанії більшого;
- 73-108 балів – раціональна задоволеність HR-брендом – працівник задоволений тим, що має в компанії, хоча й не досяг своїх цілей;
- 37-72 балів – конструктивна незадоволеність HR-брендом – працівник поки що не досяг своїх цілей у компанії, але впевнений, що досягне;
- до 37 балів – стабільна незадоволеність HR-брендом – працівник не

досягнув своїх цілей та гадає, що змінити нічого неможливо.

Таблиця 1

Атрибути HR-бренду компанії [1]

Організаційні	Функціональні
<ul style="list-style-type: none"> – позиція компанії на ринку; – впізнаваність корпоративного та споживчих брендів; – ступінь доступності інформації про компанію для потенційних працівників; – імідж і репутація топ-менеджменту; – місце та зручність розташування офісу 	<ul style="list-style-type: none"> – зміст роботи; – можливості навчання та професійного розвитку; – перспективи кар'єрного зростання; – об'єктивність в оцінці роботи з боку керівників; – можливість участі у прийнятті оперативних та стратегічних рішень
Економічні	Психологічні
<ul style="list-style-type: none"> – рівень оплати праці; – гарантія стабільності зайнятості; – графік роботи; – умови праці та рівень організації робочого місця; – соціальний пакет 	<ul style="list-style-type: none"> – корпоративна культура; – зовнішній вигляд офісу та персоналу; – соціально-психологічний клімат у колективі; – стиль управління; – відсутність непотизму («кумівства»)

За результатами анкетування визначено структуру працівників за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом ТОВ «Вік-Експо» (рис).

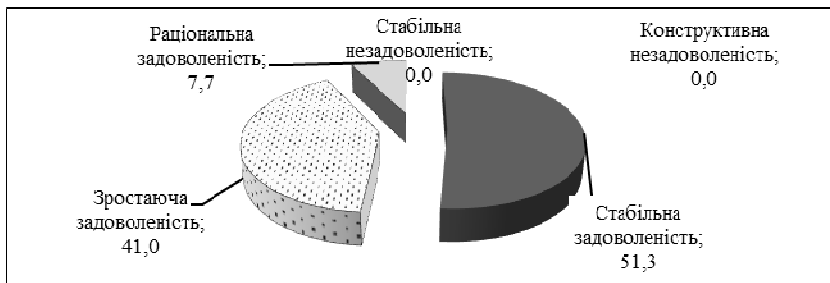


Рисунок. Структура працівників компанії за рівнем задоволеності внутрішнім HR-брендом

Як бачимо, для більшої половини респондентів характерна стабільна задоволеність загальним брендом роботодавця, тобто їх потреби в даній компанії повністю задовольняються. Проте, для 41% працівників характерна зростаюча задоволеність, тобто на даний час компанія не в повній мірі змогла задовільнити їх очікування. При цьому, 7,7% опитаних працівників задоволені компанією, хоча і не досягли усіх цілей, що пов'язували з роботою там. Важливим моментом є те, що працівники, які були б незадоволені загальним внутрішнім HR-брендом компанії – відсутні. Відтак загальний бренд товариства як роботодавця серед внутрішньої аудиторії знаходиться на високому рівні.

Однак, оцінка задоволеності загальним брендом є недостатньою. Важливо діагностувати задоволеність різними атрибутами бренду, адже

це дасть змогу керівникам компанії розробити чітку програму дій щодо подальшого розвитку позитивного внутрішнього HR-бренду.

З табл. 2 можна побачити, що стабільна задоволеність організаційними та психологічними атрибутами характерна відповідно для 69 та 66% респондентів. При цьому, атрибутами, що входять до функціонального та економічного блоків, стабільно задоволеними є менше половини опитаних працівників. Крім того, серед респондентів знайшлися і такі для яких характерна зростаюча задоволеність усіма блоками атрибутів, і такі у яких тип задоволеності був раціональним. Небезпечним сигналом є те, що для майже 3% респондентів характерна конструктивна незадоволеність економічними атрибутами.

Таблиця 2

Структура працівників компанії за типом задоволеності атрибутами внутрішнього HR-бренду, %

Тип задоволеності	Атрибути HR-бренду			
	організаційні	функціональні	економічні	психологічні
Стабільна задоволеність (СЗ)	69,2	46,2	35,9	66,7
Зростаюча задоволеність (ЗЗ)	28,2	41,0	38,5	33,3
Раціональна задоволеність (РЗ)	2,6	12,8	23,1	0
Конструктивна незадоволеність (КНЗ)	0	0	2,6	0
Стабільна незадоволеність (СНЗ)	0	0	0	0

Більш детальний аналіз результатів оцінювання в розрізі окремих атрибутів дозволив виявити декілька проблемних моментів в системі управління персоналом компанії (система оплати праці та система оцінювання персоналу), що потребують удосконалення. Це зумовлено тим, що акумулювання незадоволеності працівників зазначеними атрибутами може негативно вплинути на їх лояльність, залученість та продуктивність праці. Крім того, з часом дана незадоволеність може вийти за межі компанії і негативно відобразитися на її зовнішньому HR-бренді.

1. Білорус Т. В., Фірсова С. Г. Методичний інструментарій оцінювання рівня задоволеності працівників внутрішнім HR-брендом компанії. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 2 (76). С. 54–61. 2. Мокіна С. М. Підходи до розуміння та визначення поняття бренда роботодавця. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 238–242.

Царук С. О., студентка

Науковий керівник: Юрчик Г. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИЗНАЧЕННЯ, ГЕНЕЗИСУ ТА ВИМІРЮВАННЯ

На всіх етапах розвитку економічної думки вченні-економісти різних шкіл та напрямів важливу роль у процесі економічного зростання відводили праці. Категорія продуктивності праці (ПП) має тривалу історію становлення та розвитку (рис. 1).

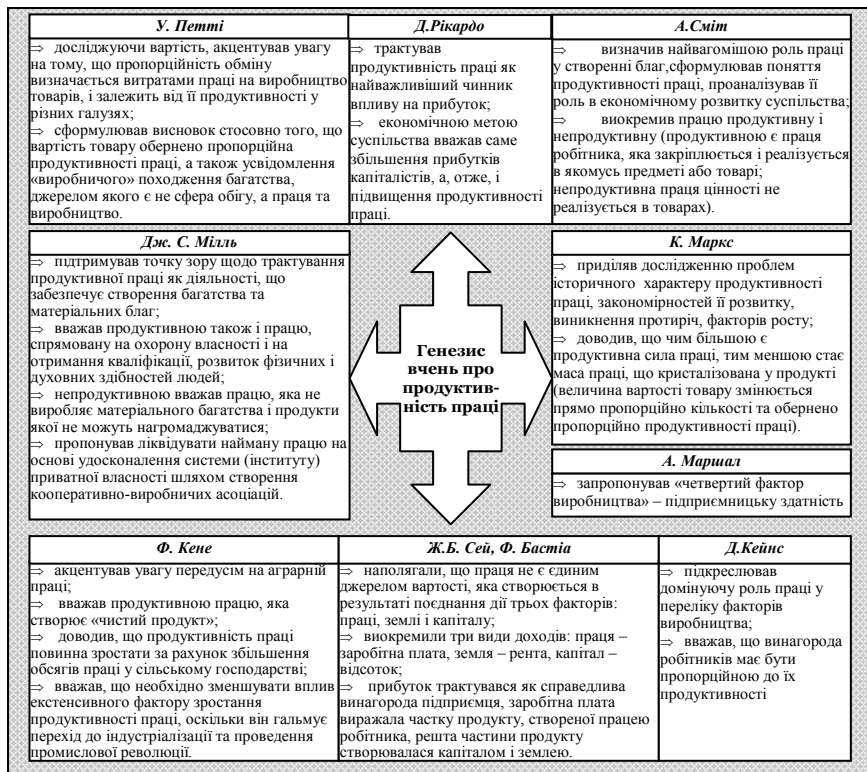


Рис. 1. Узагальнення вчень економістів про продуктивність праці

Основні методологічні засади теорії продуктивності праці сформували представники класичної школи політекономії – У. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт. Заслугою У. Петті є висновок стосовно того, що вартість товару обернено пропорційна ПП. А. Сміт одним з перших визначив найвагомішу роль праці у створенні благ, сформулював поняття ПП, проаналізував її

роль в економічному розвитку суспільства. Д. Рікардо трактував ПП як найважливіший чинник впливу на прибуток. Дж. С. Мілль підтримував точки зору А. Сміта та Д. Рікардо, але на відміну від них, він вважав продуктивною працю, спрямовану на розвиток фізичних і духовних здібностей людей. Ф.Кене акцентував увагу передусім на аграрній праці. Еволюція поглядів на ПП проявилася через появу теорії «факторів виробництва», сформульованої французькими вченими Ж.Б. Сеєм та Ф. Бастіа.

Починаючи з XIX ст. теорія ПП продовжила еволюцію в руслі вчення К. Маркса, який вніс значну кількість раціональних ідей, сформувавши трудову теорію вартості. Дж. Кейнс підкреслював домінуючу роль праці у переліку факторів виробництва, доводячи, що винагорода робітників має бути пропорційною до їх продуктивності.

Варто зауважити, що дослідження ПП залишається і сьогодні в центрі наукових досліджень. Аналізуючи сучасні підходи до визначення категорії ПП, можна стверджувати, що серед вчених продовжується дискусія навколо трактування цієї економічної категорії (таблиця).

Таблиця

Узагальнення позицій науковців щодо трактування поняття
«продуктивність праці»

Автор	Визначення продуктивності праці
М.В. Семикіна, О.М. Петіна, Д.М. Тимошенко	У вузькому сенсі - <u>показник продуктивності конкретної праці</u> на мікроекономічному або індивідуальному рівнях, що уявляє собою відношення обсягу виробленої продукції (послуг) до витрат лише одного з факторів виробництва – живої праці, які можуть вимірюватися за годину, день, квартал, рік (людино-години, людино-дні, в річних розрахунках – середньооблікова чисельність персоналу); у широкому сенсі – це суспільна продуктивність праці, яка характеризує результативність виробничого процесу на макrorівні і уявляє собою <u>відношення загального обсягу виробленої продукції та послуг до загальних затрат праці</u>
О.П. Єлець М.О. Глазкова	<u>ефективність витрат конкретної праці</u> , яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції
О.А. Грішнова	узагальнюючий <u>показник використання робочої сили</u> , що характеризує співвідношення результатів праці та її витрат
Т.О. Мулик, А.М. Бельдій, М.С. Левчук	слугує дієвим <u>механізмом</u> господарюючого суб'єкта, що забезпечує раціональне використання сировини та матеріалів на виготовлення товарів, що дає позитивні результати діяльності працівників
Р.В. Янковий, Н.В. Попович	<u>відношення</u> валової продукції, виробленої за період до середньорічної чисельності працівників, що беруть участь у виробництві
Л.І. Шваб	економічна категорія характеризує <u>ефективність трудових витрат</u> і показує здатність праці створювати за одиницю часу певну кількість матеріальних благ
Н.Г. Метеленко	<u>показник ефективності праці</u> , результативності, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт або послуг і кількості праці, витраченої на виробництво цього обсягу, або витрат праці на виробництво одиниці продукції
І. Орлов	<u>показник результативності доцільної діяльності</u> працівників, яка вимірюється кількістю роботи (продукції, послуг), виробленої за одиницю часу
Е.Г. Яковенко	<u>ступінь плодотворності, результативності доцільної діяльності</u> людей в процесі виробництва товарів і послуг протягом певного часу

Зокрема, при означенні сутності ПП, ряд науковців оперує поняттям «відношення», «показник», «ефективність», «ступінь результативності». Вважаємо, що усі вище вказані підходи доповнюють один одного та системно відображають сутність ПП. Та все ж за найбільш загального підходу під ПП слід розуміти показник ефективності праці, що

характеризується співвідношенням результатів праці до затрат праці (прямий показник) або ж затрат праці до результатів праці (обернений показник).

Вимірювання ПП здійснюють на різних рівнях – макро- та мезо- (держава, регіон), а також на мікрорівні (підприємство). При цьому застосовують два підходи – прямий і непрямий (рис. 2).



Прямі показники ПП є більш поширеними та базуються на співвідношенні результатів праці та затрат праці. В той же час, непрямі показники ПП навпаки передбачають співвідношення затрат праці до результатів праці. В якості результатів праці на макро- та мезо- рівнях застосовують показники ВВП (ВРП), ВВП, національного (регіонального) доходу, валової доданої вартості; в якості затрат праці – чисельність зайнятих (найманих працівників), відпрацьовані людино-години, сумарні витрати на оплату праці. На рівні підприємства в якості результатів праці застосовують такі показники як обсяг виготовленої (реалізованої), чистої та умовно-чистої продукції, в окремих випадках – прибуток; в якості затрат праці – чисельність працівників, відпрацьований робочий час, витрати на оплату праці (ФОП). Відтак, в результаті застосування існуючих підходів до вимірювання ПП утворюється ряд конкретних показників.

1. Янковий Р. В., Попович Н. В. Підвищення продуктивності та результативності праці персоналу на підприємстві. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 1 (6). С. 27–29.

Юрчик Г.М., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ВИДАТКІВ СОЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ ЯК ІНДИКАТОР СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ

Відповідно до Конституції Україна є соціальною державою, головна мета якої – створення умов для належного рівня життя і людського розвитку. Як свідчить досвід розвинених держав, досягнути такої амбітної мети не можливо без належного фінансування соціальної сфери на всіх рівнях регуляторного впливу. Традиційно склалося, що основними джерелами фінансування видатків соціального призначення є бюджетні (включають кошти державного та місцевих бюджетів) та позабюджетні (Фонди соціального страхування, різного роду благодійні фонди і організації, бізнес та домогосподарства).

Низький рівень життя переважної більшості населення в Україні обумовлює зростання значимості держави як суб'єкта фінансування соціальної сфери. Проте, така на перший погляд, соціально виправдана ціль стримується низкою економічних факторів, серед яких – дефіцит зведеного державного бюджету, значні зовнішні запозичення, високий рівень тінізації національної економіки тощо. Крім того, фінансування видатків соціального призначення в Україні традиційно є елементом політичних спекуляцій та популістських обіцянок в період виборів. Таким чином, дослідження бюджетного фінансування соціальної сфери в Україні у контексті забезпечення його ефективності та бюджетних можливостей є, як ніколи, на часі.

Дослідження бюджетних пріоритетів протягом 2013–2020 рр. (табл. 1) свідчить про їх суттєву зміну у 2014–2015 рр.

Таблиця 1

Функціональна структура видатків зведеного державного бюджету, 2013–2020 рр. (%) [1]

Функції	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Загальнодержавні функції	12,2	14,7	17,3	16,1	15,7	15,3	14,8	12,8
Оборона	2,9	5,2	7,7	7,1	7,0	7,8	7,8	7,5
Громадський порядок, безпека та судова влада	7,8	8,6	8,1	8,6	8,4	9,4	10,5	10,0
Економічна діяльність	10	8,3	8,3	7,9	9,7	11,3	11,2	16,5
Охорона навколишнього природного середовища	1,1	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6
Житлово-комунальне господарство	1,5	3,4	2,3	2,1	2,6	2,4	2,5	2,0
Охорона здоров'я	12,2	10,9	10,4	9,0	9,7	9,3	9,4	11,0
Духовний та фізичний розвиток	2,7	2,6	2,4	2,0	2,3	2,3	2,3	2,0
Освіта	20,9	19,1	16,8	15,5	16,8	16,8	17,4	15,8
Соціальний захист та соціальне забезпечення	28,7	26,4	25,9	30,9	27,0	24,7	23,4	21,7
Всього	100	100	100	100	100	100	100	100

Попри незмінну першість видатків на соціальний захист та забезпечення, а також на освіту, все ж їх частка у сукупних видатках суттєво знизилась (з 2013 по 2019 рр. відповідно з 28,7 до 23,4% та з 20,9 до 17,4%). Поряд з

цим, суттєво знизилась питома вага такої соціально орієнтованої статті видатків як «охорона здоров'я» (з 12,2% у 2013 р. до 9,4% у 2019 р.). Водночас, протягом 2013–2020 рр. суттєво зросли обсяги фінансування загальнодержавних функцій, оборони та громадського порядку, безпеки і судової влади. Безумовно, такі зміни бюджетних пріоритетів щодо фінансування функцій викликають багато запитань. Адже, якщо в умовах військової турбулентності збільшення частки видатків на оборону є виправданим, то збільшення видатків на виконання загальнодержавних функцій та судову владу на фоні зменшення обсягів фінансування видатків соціального призначення в умовах загострення соціальних ризиків викликає серйозне занепокоєння. Варто звернути на певну зміну пріоритетів бюджетної політики у 2020 р., в якому мало місце зниження частки видатків на загальнодержавні функції з одночасним зростанням на охорону здоров'я та економічну діяльність. Водночас у 2020 р. багаторічна тенденція щодо зменшення інших видатків соціального призначення була збережена.

Дослідження фінансування соціальних видатків за рівнями бюджетної системи (табл. 2) свідчить про різну соціальну відповідальність державного та місцевих бюджетів.

Таблиця 2

Фінансування видатків соціального призначення за рівнями бюджетної системи в Україні, 2014–2020 рр. [1]

Роки	Бюджет	Видатки за функціональним призначенням, % до всього			
		охорона здоров'я	духовний та фізичний розвиток	освіта	соціальний захист та соціальне забезпечення
2014	ДБ*	3,5	1,6	9,6	26,9
	МБ	20,8	4,0	32,0	25,7
	ЗДБ	10,9	2,6	19,1	26,4
2015	ДБ	2,8	1,6	7,5	25,7
	МБ	21,5	3,5	30,3	26,2
	ЗДБ	10,4	2,4	16,8	25,9
2016	ДБ	2,5	1,0	7,1	31,0
	МБ	18,2	3,4	27,3	30,7
	ЗДБ	9,0	2,0	15,5	30,9
2017	ДБ	3,0	1,4	7,3	25,5
	МБ	17,5	3,4	27,9	28,8
	ЗДБ	9,7	2,3	16,8	27,0
2018	ДБ	3,3	1,5	6,5	23,9
	МБ	16,6	3,4	29,4	25,8
	ЗДБ	9,3	2,3	16,8	24,7
2019	ДБ	4,7	1,2	6,3	26,8
	МБ	16,1	3,9	33,6	18,5
	ЗДБ	9,4	2,3	17,4	23,4
2020	ДБ	11,1	0,9	4,7	28,6
	МБ	10,9	4,7	42,7	5,1
	ЗДБ	11,0	2,0	15,8	21,7

* Умовні позначення: ДБ – державний бюджет, МБ – місцевий бюджет, ЗДБ – зведений державний бюджет.

Так, найбільша частка видатків соціального спрямування місцевих бюджетів, яка протягом 2014–2020 рр. суттєво зросла, припадає на освіту (у 2014 р. – 32%, у 2020 р. – 42,7%). Показово, що відповідальність органів

місцевої влади за посередництвом відповідних бюджетів щодо фінансування охорони здоров'я протягом 2014–2020 рр. суттєво знизилась (з 20,8% у 2014 р. до 10,9% – у 2020 р.). Натомість навантаження на державний бюджет щодо фінансування охорони здоров'я суттєво збільшилось (з 3,5% у 2014 р. до 11,1% у 2020р.). Показово, що незмінним та первинним пріоритетом державного бюджету є фінансування соціального захисту та забезпечення населення (24–31% протягом 2014–2020 рр.). Водночас значимість місцевих бюджетів щодо фінансування програм соціального захисту є суттєво нижчою.

Важливим індикатором соціальної відповідальності держави при реалізації бюджетної політики є частка видатків на соціальний захист окремих категорій населення або за визначеними напрямками (рис. 1).

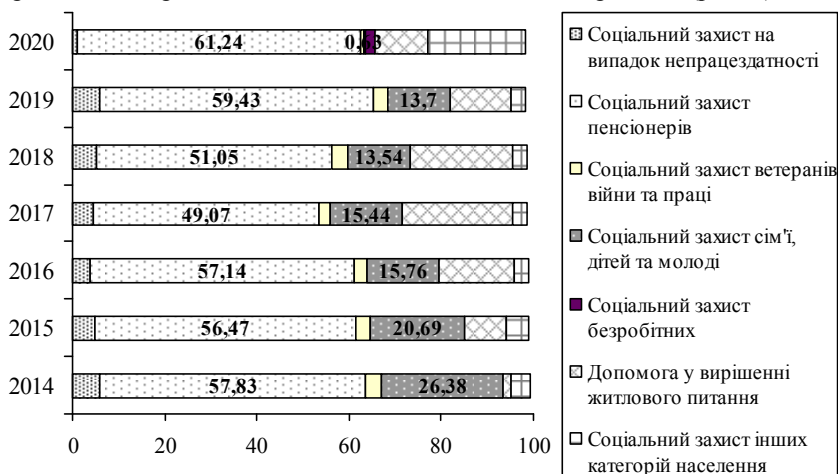


Рисунок. Структура видатків зведеного державного бюджету на соціальний захист та забезпечення за напрямками, % [1]

Як бачимо, на разі найвищу соціальну відповідальність демонструє держава щодо соціального захисту пенсіонерів (50–61% від загальних видатків). Водночас, частка бюджетного фінансування соціального захисту сімей, дітей та молоді суттєво знизилась. Таким чином, соціальна відповідальність держави при реалізації бюджетної політики суттєво знизилась за більшістю видатків соціального призначення та суттєво відрізняється за рівнями бюджетної системи та напрямками соціального захисту.

1. Статистичний збірник: «Бюджет України 2014–2020». Міністерство фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2021).

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Кондрацька Н. М., к.е.н., доцент, **Бернацька Я. М.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Пенсійне забезпечення є пріоритетним питанням як для приватних осіб, так і для суспільства цілому, оскільки більшість країн зараз стикаються з соціально-економічними та фінансовими наслідками старіння населення. Водночас більшість економік світу стикаються із проблемами історично низьких відсоткових ставок, зниження прибутковості інвестицій та економічної рецесії в багатьох країнах та створюють додатковий фінансовий тиск на існуючі пенсійні системи не лише України, а й розвинених країн заходу. Впродовж 2020 року ці проблеми особливо загострились під впливом негативних тенденцій пандемії COVID-19. Саме тому, дослідження сучасного стану недержавного пенсійного забезпечення та вивчення можливостей імплементації кращих світових практик є особливо актуальним.

Для вивчення рівня розвитку світових систем пенсійного забезпечення, на нашу думку, можна скористатися Mercer CFA Institute Global Pension Index, що розраховується на основі трьох субіндексів – адекватності, стійкості та цілісності, котрі у свою чергу включають більш ніж 50 різноманітних показників [1]. У 2020 році згідно даного індексу до класу А (>80%) було віднесено пенсійні системи Нідерландів та Данії. Системами пенсійного забезпечення цих країн визнано найбільш надійними, стійкими та такими, що мають високий рівень цілісності. Наступний клас включає такі рівні як В+ (75 – 80%) та В (60 – 65%) і характеризується міцною структурою, з великою кількістю позитивних характеристик, водночас присутні певні недоліки. До нього відносяться такі країни як Ізраїль, Австралія, Фінляндія, Швеція, Сінгапур, Норвегія, Канада, Нова Зеландія, Швейцарія, Чилі та Ірландія. Третій клас – це клас рівнів С+ та С, пенсійне забезпечення на цих рівнях має деякі позитивні характеристики, але також має серйозні ризики та недоліки, які необхідно усунути. Без цих поліпшень їх ефективність та довгострокова стійкість можуть бути поставлені під сумнів. Так Глобальний пенсійний індекс таких країн як Англія, Бельгія, Гонконг, США, Малайзія та Франція коливається між 60 – 60%(С+), а таких як Колумбія, Іспанія, Саудівська Аравія, Перу, Польща, Бразилія, Південна Африка, Австрія, Італія та Південна Корея – між 50 – 60% (С). Пенсійні системи таких країн як Японія, Китай, Індія, Мексика, Філіппіни, Туреччина, Аргентина і Таїланд мають деякі позитивні особливості, але

вцілому їх розвиток гальмують серйозні недоліки, які необхідно усунути. Вони відносяться до класу D, а їхній пенсійний індекс знаходиться між 35% та 50%. До найгіршого класу E відносяться такі пенсійні системи, що знаходяться на ранніх стадіях розвитку або взагалі не існують. Пенсійний індекс таких країн нижче 35%. В цей клас входять всі інші країни, що розвиваються, в тому числі й Україна.

На сьогоднішній день в Україні, як і в багатьох розвинених країнах світу, існує трирівнева система пенсійного забезпечення. Перший рівень становить солідарну систему пенсійних виплат, внески до якої сплачуються всіма працюючими громадянами та їх роботодавцями. Другий рівень пов'язаний із запровадженням загальнообов'язкового накопичувального пенсійного страхування, однак на даний момент часу, даний рівень ще не введений в дію, адже законопроекти по ньому тільки розглядаються. І третій рівень – система недержавного пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками додаткових пенсійних виплат [2].

Зважаючи на наявні обмеження нижчих рівнів системи, проаналізуємо діяльність та перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів України. Станом на 31.03.2020 в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 63 недержавні пенсійні фонди та 22 адміністратори НПФ. Крім того, міститься інформація про одного одноосібного засновника, який прийняв рішення про самостійне здійснення адміністрування створеного ним корпоративного недержавного пенсійного фонду. Недержавні пенсійні фонди зареєстровано у 10 регіонах України, але найбільша кількість НПФ зосереджена у м. Києві – 45, або 71,4% від загальної кількості зареєстрованих НПФ. [3]

Загальна кількість укладених пенсійних контрактів на I кв. 2020 р. дорівнює 79,6 тис. од. і стосується 878,3 тис. осіб (на 30,5% більше, ніж у 2018 р.). Найбільшу частку пенсійних внесків становлять внески юридичних осіб, зокрема на них припадає 1979,3,4 млн. грн. Щодо кількості учасників пенсійних контрактів у I кв. 2020 р., то їх було на 5,5 тис. осіб більше, ніж у 2018 р. Спостерігається позитивна динаміка ефективності НПФ, частка пенсійних виплат в активах зростає. На 31 березня 2020 р. вони досягли 986,7 млн. грн., збільшившись на 36,4% порівняно з 2018 р. В Україні недержавні пенсійні фонди мають активи на 0,1% ВВП й охоплюють лише 5% зайнятих. В той час як наприклад у Данії показник вартості приватних пенсійних активів становить 208% ВВП; у Нідерландах – 184% ВВП. Приватними пенсійними планами в Нідерландах охоплено близько 94% найманих працівників, у Данії – 90%. Одним з основних якісних показників, що характеризують систему НПЗ, є сплачені пенсійні внески. На 31 березня 2020 р. їх сума становила 2219,1 млн грн, що на 16,2% більше, ніж на кінець I кв. 2018 р. Загальна вартість активів, сформованих недержавними пенсійними фондами, станом на 31.03.2020 становила 3 106,5 млн грн, що на 9,8%, або на 276,7 млн грн більше в порівнянні з аналогічним періодом 2019 року.

Таким чином, проведений нами аналіз дозволив виділити наступні негативні їх тенденції та загрози розвитку системи пенсійного забезпечення в Україні, що суттєво збільшились у період світової пандемії:

- значна девальвація вартості активів у першому кварталі 2020 року. Хоча з тих пір відбулося незначне поживлення, вартість активів, а відповідно і їх ліквідність та стійкість багатьох недержавних пенсійних фондів, може знизитись;

- зниження рівня доходів, що викликане падінням цін багатьох активів, через рекордно низькі процентні ставки, зменшення дивідендів компаній та бізнесової активності, валютних коливань та волатильності фондового ринку;

- погіршення стану фінансування більшості схем із визначеними виплатами, що, в деяких випадках, може призвести до їх закриття та розробки механізмів визначених внесків;

- існує загроза, що деякі НПФ намагаючись збільшити норму віддачі своїх інвестицій, можуть суттєво збільшити рівень ризику своїх інвестиційних портфелів, суттєво посиливши тим самим негативні тенденції в галузі.

Підвищенню привабливості та стійкості вітчизняної системи пенсійного забезпечення сприятимуть:

- зацікавлення громадян у індивідуальній участі в НПФ та підвищення участі робочої сили у старшому віці, що збільшить заощадження, доступні для виходу на пенсію;

- заохочення та інформування про переваги приватних заощаджень працівників ІТ, самозайнятих та трудових мігрантів, покращити управління приватними пенсійними планами та запровадити більшу прозорість для підвищення довіри. Це дозволить зменшити майбутню залежність від державної пенсії, одночасно коригуючи очікування багатьох працівників;

- удосконалити регулювання, створити додаткові механізми захисту пенсійних накопичень та унеможливити виведення активів із системи пенсійних накопичень, гарантуючи тим самим, що заощаджені кошти, використовуються для інвестування та забезпечення пенсійного доходу;

Усе це сприятиме розвитку не лише НПФ, а й системи пенсійного забезпечення та економіки цілому. Адже як підкреслюється у звіті Світового економічного форуму «здорові пенсійні системи сприяють створенню стабільної та процвітаючої економіки» [4].

1. Mercer CFA Institute Global Pension ImdeX 2020. URL: <https://www.mercer.com.au/content/dam/mercer/attachments/private/asia-pacific/australia/campaigns/mcgpri-2020/MCGPI-2020-full-report-1.pdf> (дата звернення: 22.03.2021). 2. Про недержавне пенсійне забезпечення. Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15#Text> (дата звернення: 22.03.2021). 3. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення станом на 31.03.2020. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF_I_kv%202020.pdf (дата звернення: 22.03.2021). 4. World Economic Forum: вебсайт. URL: <https://www.weforum.org> (дата звернення: 22.03.2021).

Кондрацька Н. М., к.е.н, доцент, **Онищук Н. П.**, студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Банківська система трансформується під впливом сучасних технологій не менше, ніж інші галузі економіки. Банківські установи стикаються з необхідністю працювати віддалено та, забезпечувати безперебійне функціонування численних інноваційних технологій та продуктів. Інноваційні банки, що впроваджують FinTech, використовують гнучкі бізнес-структури та технології для надання фінансових послуг, мають низку переваг для споживачів та створюють значну конкуренцію класичним комерційним банкам. Розглянемо основні тенденції розвитку фінансових технологій, а також загрози та можливості їх подолання вітчизняними комерційними банками.

Перш за все, відбувається суттєва переорієнтація в пріоритетах споживачів. Конкурентною перевагою сучасного світового ринку стає не розмір, світове ім'я, мережа філій чи бізнес репутація, а різноманіття продуктів та наявність відповідних технологій. Вагомість фізичної присутності на ринку суттєво нівелюється, поступаючись місцем сучасним технологіям та маркетинговим стратегіям. Зникають вагомі бар'єри виходу на фінансові ринки нових учасників із нестандартними продуктами та новітніми сервісами. Доходність вкладень відіграють дедалі важливішу роль при виборі фінансових установ. Цьому сприятимуть також численні інформаційні портали, що дозволяють не лише порівняти умови чи підібрати продукт, а й оформити угоду одразу і без необхідності відвідувати відділення.

За таких умов, неминучою є цінова конкуренція, зменшення вартості послуг та втрата прибутків у багатьох сегментах. Інноваційні банки, не обтяжені значними витратами класичного банку зазвичай пропонують значно нижчі ціни на свої послуги. Відповідно класичним банкам доводиться реструктурувати витрати та повторно завойовувати споживачів.

Однією із ключових тенденцій сучасності є переорієнтація на мобільний банкінг. Розвиток технологій дозволяє надавати значний обсяг послуг високої якості у режимі «24/7», при цьому суттєво скорочуються транзакційні витрати та витрати на персонал. Яскравим прикладом є мобільний додаток «ПриватБанк». Популярність інноваційних технологій «змушує» створювати не лише унікальні проекти, але й ряд програм для забезпечення їх функціонування. Орієнтуючись на щоденні потреби споживачів, банківські установи пропонують насамперед послуги управління власними рахунками, оплати товарів та послуг, мобільного зв'язку, здійснення регулярних платежів у тому числі комунальних. Особливо актуальним продуктом інноваційних технологій у банківській сфері є безконтактна оплата. Вона спрощує спосіб оплати за товар за

допомогою платіжної картки із чіпом, смартфонів та гаджетів, обладнаних чіпом бездротового зв'язку NFC та смарт-годинників Alfa Watch.

Перспективним, на нашу думку, є використання BIG DATA і машинного навчання в багатьох напрямках, насамперед кредитного скрінінгу. Для вирішення цього завдання можна використовувати не тільки традиційні дані, такі як соціально-демографічні параметри, кредитна історія, історія транзакцій, фінансова звітність, тощо. При цьому може використовуватись також аналіз зв'язків клієнтів, побудований на основі даних про грошові перекази і дані соціальних мереж, мобільних операторів і т.д. Крім того AI-технології активно використовуються банками для інформування та консультування клієнтів, навчання текстових чат-ботів, завдяки чому надається цілодобова інформаційна підтримка.

Наслідуючи світові тенденції українські банки розпочали налагодження процесу віддаленої ідентифікації клієнтів. Як передбачається, віддалена ідентифікація відбуватиметься за допомогою системи BankID НБУ, кваліфікованого електронного підпису (КЕП) і відео зв'язку клієнта з працівником банку, дистанційного зчитування даних через NFC, платежу на окремий рахунок банку з особистого рахунку клієнта. Крім того, українцям під час дистанційного відкриття рахунку в банку не потрібно фізично пред'являти ID-картку або біометричний закордонний паспорт, якщо вони мають цифровий паспорт або закордонний цифровий паспорт у мобільному застосунку «Дія». Для цього їм потрібно встановити програму на свій смартфон та верифікуватися для отримання цифрового паспорту або закордонного цифрового паспорту за допомогою Системи BankID НБУ[1].

Двофакторна аутентифікація та біометрія – інновація, що забезпечує захист особистих даних клієнтів в цифрових продуктах за допомогою новітніх технологій, таких як відбитки пальців, розпізнавання голосу. Голосовий банкінг – це інноваційний продукт, що надає у сфері фінансових послуг можливість за допомогою голосових технологій відтворювати різні запити від простих до складних операцій із вкладення коштів. Це зручно для самих споживачів та економічно вигідно для банку. Як прогнозує Juniper Research прогнозує, що до 2023 року голосові технології використовуватимуть 8 мільярдів людей [2]. Подібні інноваційні технології застосовують так закордонні фінансові установи: Bank of America та Royal Bank of Scotland – за відбитком пальця, Barclays – за судинним малюнком пальця, HSBC – за обличчям, Wells Fargo – за голосом та обличчям або за судинним малюнком очного яблука, Citibank – за голосом. В середньому банки втрачають 2,92 долари за 1 втрачений долар через шахрайство. Тому дані технології дозволяють не лише підвищити безпеку, а й скоротити потенційні фінансові втрати.

Дослідження основних споживачів банківських послуг підтверджують, що не всі банківські послуги можуть надаватись віддалено. Насамперед це стосується традиційного банківського кредитування та іпотеки: лише 11% опитаних погодились оформити іпотеку і 18% – оформити кредит, без

особистої зустрічі із консультантом. Ще менш популярними є он-лайн консультанти та програми-порадники – лише 8% респондентів погодились би інвестувати кошти використовуючи лише онлайн сервіси. Натомість найбільш адаптованими для віддаленої роботи є послуги із оплати рахунків (57% опитаних), відкриття особистого рахунку (41%) чи кредитної карти (46%), управління особистим рахунком (49%). Це викликано тим, що клієнти бажають бути «більш впевненими» і своїх діях, проконсультуватися з фахівцем, отримати поради тощо [3].

За кордоном, створенням та розвитком банківських інновацій займаються як самі ж банки, так і спеціалізовані, професійні, інноваційні центри (Standard Bank (ПАР), Лабораторії банку Capital One (США) та інші). Ефективність роботи даних інноваційних центрів дозволяє не лише зекономити певну кількість часу, праці, ресурсів та коштів, але й отримати додатковий дохід за рахунок збільшення бази клієнтів та зменшення витрат на їх обслуговування, що в свою чергу, сприяє зміцненню конкурентної позиції банку та його стабільному розвитку.

Що стосується вітчизняних банків, то на рівні правління вони мають обмежений досвід та розуміння фінтехгалузі, переважна більшість банків наймають фахівців, відповідальних за співпрацю зі сторонніми розробниками програмного забезпечення, проте жоден банк, не має частки в капіталі сторонніх фінтех компаній. Левова частка (понад 50%) ІТ-бюджету фінустанов спрямовується на підтримання наявної інфраструктури та програмного забезпечення. Витрати розвитку передбачають оновлення апаратної інфраструктури (до 20% бюджету), програмного забезпечення (до 20%). Витрати на формування стратегії, розвиток бізнес-процесів та планування становлять менше 10% бюджету [4].

Як бачимо, розвиток інноваційних технологій є не можливістю, а необхідністю сучасної фінансової системи. Саме тому, вітчизняні комерційні банки повинні зосередитись на можливостях адаптації світового досвіду використання FinTech, адже це дозволить не лише підвищити рівень сервісу, скоротити витрати, а й суттєво розширити коло клієнтів.

1. Про Систему BankID Національного банку. НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/bank-id-nbu> (дата звернення: 25.03.2021). **2.** Voice Assistant Market Research. Juniper Rresearch URL: <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/digital-voice-assistants-in-use-to-8-million-2023> (дата звернення: 22.03.2021). **3.** Third Annual Banking Report Modern Consumer: The Evolution of Omnichannel Banking by JRNI URL: <https://www.jmi.com/resources/modern-banking-2019> (дата звернення: 22.03.2021). **4.** Фінтех-2019: дослідження українського ринку фінансових технологій. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend1139.html> (дата звернення: 22.03.2021).

Котик О. В., старший викладач, **Полюхович В. Ф.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ПРОБЛЕМИ КОШТОРИСНОГО ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Рівень суспільного та економічного розвитку країни безпосередньо залежить від якості роботи бюджетних установ, через які держава виконує свої функції. Виконання всіх поставлених цілей бюджетних установ неможливе без наявного належного фінансування.

На сьогодні процес фінансування бюджетних установ не є задовільним та потребує удосконалення і підвищення ефективності використання фінансових ресурсів. Проблема фінансування діяльності бюджетних установ існувала завжди, проте в останні роки особливо загострилася. Адже особливу увагу необхідно приділити аналізу фінансування діяльності бюджетних установ, оскільки, якщо правильно побудувати систему фінансового забезпечення бюджетної сфери, то це призведе до формування і розподілу фінансових ресурсів, які будуть сприяти забезпеченню ефективного виконання державою її основних функцій та завдань. Саме тому актуальним напрямком наукових досліджень є визначення проблем фінансування бюджетних організацій.

Питання фінансування бюджетних установ є предметом наукових досліджень теоретиків та розробок практиків. Зокрема, теоретичні та прикладні основи дослідження фінансування бюджетних установ висвітлено в наукових працях Дем'янишина В.Г., Пігуля Н.М., Лемішовського В. І. та інших.

Проте наявні дослідження більше зорієнтовані на теоретичні аспекти фінансування бюджетних установ та не повною мірою враховують їх проблеми, тому потребують проведення подальших досліджень.

У сучасних умовах трансформації економічної системи України все більшого значення набуває питання ефективного функціонування бюджетних установ, які створюються державою для захисту прав, законних інтересів громадян, досягнення наукових, освітніх, соціальних, а також інших цілей. Відповідно до Бюджетного кодексу України, бюджетні установи – це органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними у встановленому порядку, що повністю утримуються за рахунок відповідно державного бюджету чи місцевого бюджету [1].

Однією з характерних особливостей діяльності бюджетних установ є те, що всі вони, як правило, фінансуються за рахунок коштів бюджетів різних рівнів, оскільки практично не мають власних доходів. Виділення грошових коштів бюджетним установам відбувається на основі планового документа – кошторису доходів і видатків. Кошторис доходів і видатків – це основний

документ, відповідно до якого визначається загальний обсяг, цільове надходження, використання коштів бюджетних установ, а також визначаються обсяг та напрямки використання бюджетних коштів для виконання функцій та досягнення суспільно-корисних цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень [2].

Процес виділення коштів на видатки на основі кошторису називається фінансуванням. Слід звернути увагу на сутність бюджетного фінансування. Відповідно до Бюджетного кодексу «бюджетне асигнування – повноваження розпорядника бюджетних коштів, надане відповідно до бюджетного призначення, на взяття бюджетного зобов'язання та здійснення платежів, яке має кількісні, часові та цільові обмеження» [1].

Окрім Бюджетного кодексу України, сутність даної категорії знайшла своє відображення у працях вітчизняних учених. На думку Дем'янишина В.Г, бюджетне фінансування – це сукупність грошових відносин, пов'язаних з розподілом і використанням коштів централізованого грошового фонду держави, які реалізуються шляхом безповоротного й безоплатного надання бюджетних коштів юридичним і фізичним особам на проведення заходів, передбачених бюджетом. [3] За словами Пігуля Н.М. «...під кошторисним фінансуванням слід розуміти покриття витрат бюджетних установ з метою виконання ними функцій та завдань, спрямованих на досягнення суспільних благ за рахунок бюджетного фінансування та позабюджетних коштів, які надходять в результаті надання платних послуг та отримання спонсорської допомоги» [4].

Таким чином, кошторисне фінансування, з одного боку, виступає як система методів і заходів з розподілу і використання централізованого грошового фонду держави, а з іншого – має практичне втілення у вигляді безповоротного й безоплатного надання бюджетних коштів.

На сьогодні фінансування бюджетних установ на основі кошторису зазнає труднощів, які обумовлені нестачею фінансування, суворою економією їхнього витрачання, відсутністю ефективної системи фінансового забезпечення. Ще одна проблема кошторисного фінансування пов'язана з відсутністю достатніх стимулів для раціонального і ефективного функціонування та взаємозв'язку між рівнем фінансування бюджетної установи та результатами її діяльності. Варто зазначити, що фінансування на основі кошторису не враховує реальну потребу у грошових ресурсах бюджетних установ. Таким чином, іноді виділяють кошти, що перевищують реальні потреби установи. І в цій ситуації керівництво установи приймає рішення, яким чином максимально витратити виділені кошти, адже при поверненні в наступних бюджетних періодах буде зменшено фінансування цієї установи. Крім того, бюджетні кошти використовуються недостатньо ефективно, широко поширена практика нецільового витрачання бюджетних коштів.

Таким чином, потрібно змінювати ситуацію, що склалася в бюджетній сфері, а саме виводити бюджетні установи на новий, якісно досконалий рівень функціонування за рахунок покращення їх фінансового забезпечення.

Для вирішення проблеми кошторисного фінансування бюджетних установ можна запропонувати наступне:

- оптимізувати мережу розпорядників бюджетних коштів;
- забезпечити цільовий розподіл бюджетних коштів;
- підвищити бюджетний контроль над використанням наданих коштів;
- підсилити процедуру запобігання зловживань з наявними фінансовими ресурсами;
- посилити контроль над наданням бюджетних коштів залежно від виконання показників та за умови забезпечення найбільшої результативності від їх використання;
- чітко розподілити завдання та функції органів державного фінансового контролю.

Тільки у разі вирішення всіх нагальних проблем можна буде забезпечити ефективне функціонування бюджетних установ.

Підсумовуючи вищесказане, необхідно зазначити, що бюджетне фінансування відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку суспільства, адже бюджетні установи є невід'ємною складовою частиною процесу розбудови процвітаючої держави, ефективної ринкової економіки і відкритого суспільства. Видатки з державного бюджету є необхідними для існування бюджетних установ, тому ефективне функціонування таких організацій можливе лише за чітко налагодженого механізму кошторисного фінансування.

Тому, на сьогодні головним завданням є вирішення найгостріших проблем кошторисного фінансування, що існують в Україні та встановлення чіткої нормативної та законодавчої бази. Адже, через брак коштів, бюджетні установи не бачать перспектив у зростанні своїх бюджетних асигнувань. Через це держава в першу чергу повинна звернути увагу на проблеми щодо фінансування бюджетних установ і всебічно сприяти у вирішенні даної проблеми. Виходячи з цього перспективи подальших досліджень полягають у розробленні обґрунтованих підходів щодо розподілу бюджетних коштів.

1. Бюджетний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 29.10.2020). 2. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування / Лемішовський В. І. та ін. ; за ред. В. І. Лемішовського. Львів : Інтелект-Захід, 2007. 1104 с. 3. Дем'янишин В. Бюджетне фінансування та його особливості в сучасних умовах. *Світ фінансів*. 2007. Вип. 2 (11). С. 34–48. 4. Пігуль Н. Г., Люта О. В. Особливості реалізації фінансового механізму бюджетних установ. *Вісник Академії митної служби України*. 2010. № 2 (44). С. 94–97.

Ляхович О. О., к.е.н., доцент, **Середюк О. С.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Стрімкий розвиток інформаційних технологій викликав у глобальному середовищі значні системні перетворення, що в результаті призвело до утворення інформаційного простору та інформаційного суспільства. Через неконтрольоване поширення провідними державами інформаційного простору як платформи дій у процесі постійної інформаційної протидії підвищилась уразливість інформаційної сфери цих країн до впливу внутрішніх і зовнішніх кібернетичних загроз. Ось чому сьогодні нагальною постає проблема забезпечення інформаційної безпеки суб'єктів малого та середнього підприємництва, яка значною мірою формується від ступеня захищеності інформаційної сфери. Від стану інформаційної безпеки залежить розвиток та впровадження науково-технічних інновацій у процеси стабільного функціонування економічного простору.

Найбільш точне визначення поняття «інформаційна безпека підприємства» надає Крюков О.І. і зазначає, що «інформаційна безпека» – це суспільні правовідносини щодо організації технологій створення, розповсюдження, зберігання та використання інформації для забезпечення функціонування і розвитку інформаційних ресурсів підприємства та держави в цілому [1, с. 3].

Загрози інформаційної безпеки зародились одночасно з появою інформаційного простору. Спочатку це проявлялось у вигляді крадіжок даних з комп'ютера, нелегального використання цифрової інформації. Згодом дрібні крадіжки перетворились в засоби розповсюдження по мережі неправдивої інформації, вірусів. На сьогодні проблеми інформаційної безпеки відносяться майже до всіх сфер глобального інформаційного середовища. Загрози інформаційної безпеки можуть бути внутрішніми та зовнішніми. Зовнішні зловмисні дії включають копіювання цінних файлів, пошкодження носіїв з інформацією, донесення даних до компаній-конкурентів, викрадення інформації за допомогою інсайдерів, переманювання працівників на інше підприємство. Відповідно розповсюдженими внутрішніми загрозами є крадіжка, зараження інформації вірусами або псування документів безпосередньо персоналом фірми. Як стверджує В. Нехай, наслідками викрадення інформації про діяльність підприємства можуть стати зниження вартості капіталу підприємства, малий потік інвестицій, втрата вигідних контрактів, зниження цін або обсягів реалізації, негативний вплив на авторитет та ділову репутацію фірми, проблеми в постачанні та придбанні устаткування тощо [2, с. 138].

Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайства у 2020 році від PwC [4] показало, що тільки 59% українських підприємств провели

розслідування найскладніших випадків шахрайства, а лише третина повідомила про подібний випадок наглядову раду. Скористалися послугами зовнішнього форензик-експерта лише 3% українських респондентів, порівняно з показником у 20% серед опитаних у світі. Міжнародна мережа компаній PricewaterhouseCoopers, що надає професійні послуги у сфері консалтингу та аудиту, пропонує три основні кроки для боротьби з шахрайством:

- діяти (виявляти, пріоритезувати ризики та додати до інформаційних технологій боротьби з шахрайством ефективне управління, кваліфікованих експертів та моніторинг);
- реагувати (аналізувати першопричину проблеми, просити допомоги у наглядовій раді та державних органах);
- ставати сильнішими (підвищувати ефективність механізмів, політик та процедур внутрішнього контролю, впроваджувати новітні технології).

Серед найбільш поширених видів шахрайства виокремлюють також кібератаки. Інтернет відкриває компаніям будь-якого розміру та з будь-якого місця доступ до нових та більших ринків, зокрема надає можливості для ефективної роботи за допомогою комп'ютерних інструментів. Незалежно від того, чи застосовує підприємство хмарні технології, чи використовує звичайну електронну пошту, кібербезпеці має приділятися значна увага.

Як відомо, широкосмугові та інформаційні технології є потужними чинниками виходу малих та середніх підприємств на нові ринки та підвищення їх продуктивності, ефективності. Однак компаніям потрібна власна стратегія кібербезпеки для захисту власного бізнесу, своїх клієнтів та своїх даних від загроз кібербезпеки. У жовтні 2012 року Федеральна комісія зі зв'язку США (FCC) [3] – незалежне агентство уряду Сполучених Штатів, запустила Інтернет-ресурс, що допомагає малому та середньому бізнесу розробляти індивідуальні плани кібербезпеки. Цей короткий ресурс містить основні поради щодо створення плану дій задля унеможливлення крадіжок цифрової інформації у фінансово-економічній сфері.

В першу чергу, потрібно навчати працівників принципам безпеки. Підприємство має встановити правила поведінки, що описують, як обробляти та захищати інформацію про клієнтів та інші життєво важливі дані. В механізмі захисту інформації від кібератак потрібно підтримувати «чистоту» систем: на це впливає наявність найновішого програмного забезпечення для захисту, веб-браузера та операційної системи. Антивірусне програмне забезпечення для сканування носіїв – важливий елемент політики безпеки.

Зокрема, Федеральна комісія радить робити резервні копії важливих фінансових даних та інформації. До критично важливих даних належать документи, електронні таблиці, бази даних, фінансові файли, файли дебіторської/кредиторської заборгованості. Варто обмежити доступ співробітників до відповідних даних та інформації: не найкращою ідеєю є

надавати працівникам доступ до всіх каналів даних. Співробітники мають отримувати доступ лише до певних систем обробки даних, які потрібні їм для роботи, і не повинні мати можливості встановлювати будь-яке програмне забезпечення без дозволу. Найбільш важливий елемент в політиці інформаційної безпеки підприємства – контроль використання працівниками унікальних паролів та зміна паролів кожні три місяці. Додатково варто розглянути можливість здійснення багатофакторної автентифікації, яка вимагає додаткової інформації, крім пароля, для отримання доступу.

При веденні своєї діяльності підприємець зазвичай нашоухується на необхідність отримання, обробки, зберігання, а також передачі інформації. Цінну інформацію потрібно охороняти від зловмисників. Цінність даних визначається через окремі параметри, до яких належать корисність, достовірність, своєчасність, релевантність. З цього випливає, що належна система інформаційної безпеки повинна ефективно працювати на будь-яких підприємствах, незалежно від їх величини та напряму економічної діяльності, забезпечуючи їх захищеність та динамічний розвиток. Відповідно, система заходів для нейтралізації загроз має здійснюватись цілеспрямовано, а моніторинг рівня інформаційної безпеки – проводитися на постійній основі.

Отже, будь-яке підприємство, яке зберігає та опрацьовує особисті дані клієнтів, може стати жертвою хакерської атаки. Однак, завдяки дотриманню усіх правил інформаційної безпеки, компанія буде мати набагато менші трати та мінімальні збої бізнес-процесів. Таким чином, у сучасних ринкових умовах інформаційна безпека постає ключовим складником системи економічної безпеки суб'єктів малого та середнього підприємництва й економічної безпеки держави загалом.

1. Крюков О. І. Інформаційна безпека держави в умовах глобалізації. *Державне будівництво*. 2007. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_12 (дата звернення: 26.03.2021). 2. Нехай В. А. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 24 (2). С. 137–140. 3. Офіційний сайт Федеральної комісії зі зв'язку США. URL: <https://www.fcc.gov> (дата звернення: 26.03.2021). 4. PricewaterhouseCoopers: вебсайт. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk.html> (дата звернення: 26.03.2021).

Окач С. О., студентка, **Семенюк К. М.**, к.е.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МАЛИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Карантин і коронавірус викликали великий спад в економіці, змусивши більшість підприємств пристосуватися до нових, більш складних реалій.

COVID-19 став причиною незліченної кількості невеликих загострень в тисячах малих підприємств.

В Україні близько 33% підприємців в сфері малого бізнесу за період карантину втратили від 50 до 75% свого доходу.

Через неможливість ведення бізнесу офлайн підприємці почали шукати різні способи продажу своїх товарів через інтернет.

Перехід в онлайн став рятівним і для компанії Drommel, яка спеціалізується на виготовленні та продажу меблів, оскільки вони планували ще до карантину перейти в онлайн. «Основна стратегія у нас завжди була в тому, що ми повинні стати цифровою меблевою компанією, тому ми намагалися максимально все перевести в онлайн», зазначив засновник Drommel Дмитро Федченко. Карантин, за його словами, тільки прискорив цей перехід, а також сприяв впровадженню філософії максимальної ефективності виробництва. Зараз Drommel закрити всі свої фізичні магазини і 94% продажів здійснює онлайн. Карантин для компанії дав нові можливості виріс попит на меблі для облаштування домашнього робочого простору.

Під час карантину держава здійснює підтримку для малого підприємництва у вигляді пільгових умов, а саме: звільнення від сплати податків та зборів, тимчасове скасування штрафів та матеріальна допомога в розмірі 8000 грн.

Звільнення від сплати податків та зборів ФОП I групи

Тимчасово ФОП першої групи звільняються:

- від сплати єдиного податку за грудень 2020 року та січень – травень 2021 року.
- від нарахування, обчислення та сплати єдиного внеску, в частині сум, що підлягають нарахуванню, обчисленню та сплаті такими особами за періоди з 1 по 31 грудня 2020 року, з 1 по 31 січня, з 1 по 28 лютого, з 1 по 31 березня, з 1 по 30 квітня та з 1 по 31 травня 2021 року за себе. Зазначені періоди включаються до страхового стажу та вважається, що страхові суми було сплачено у розмірі мінімального страхового внеску, визначеного законодавством для кожного з таких періодів.

Тимчасово на період дії карантину штрафні санкції не застосовуються за наступні порушення:

Тимчасове скасування штрафів

- несвоєчасна сплата єдиного внеску;
- неповна сплата або несвоєчасна сплата суми єдиного внеску одночасно з видачею сум виплат, на які нараховується єдиний внесок (авансових платежів);

- несвоєчасне подання звітності до податкових органів.

Під зазначене скасування не підпадає адміністративна відповідальність, тому без дійсно поважних причин не варто припиняти сплачувати податки та пропускати строки подачі звітності.

Від яких штрафних санкцій, що передбачені Законом про ЄСВ, звільняються платники єдиного внеску?

Закон № 533 вносить зміни до Закону про ЄСВ, згідно з якими тимчасово штрафні санкції з єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування не застосовуються за наступні порушення, вчинені щодо періодів з 1 по 31 березня та з 1 квітня по 30 квітня 2020 року:

- несвоєчасна сплата (несвоєчасне перерахування) єдиного внеску;

- неповна сплата або несвоєчасна сплата суми єдиного внеску одночасно з видачею сум виплат, на які нараховується єдиний внесок (авансових платежів);

- несвоєчасне подання звітності, передбаченої цим Законом, до податкових органів.

Протягом періодів з 1 по 31 березня та з 1 квітня по 30 квітня 2020 року платникам єдиного внеску не нараховується пеня, а нарахована пеня за ці періоди підлягає списанню.

Підприємець говорить. Юлія Савостіна та її проєкт «MADE IN UKRAINE». Проєкт Made in Ukraine – громадська організація та соціальний бізнес. За перші п'ять років Made in Ukraine головна місія – зробити купівлю товарів українського походження побутовою звичкою – виконана! Наступна мета – створити середовище для цивілізованого ведення бізнесу в Україні. Що і як змінилось у вашій роботі під час карантину? (команда, постачальники, клієнти тощо).

Якщо опустити велику ідеологічну складову нашого проєкту і взяти лише бізнес-модель, то можна побачити, що ми проводимо багато офлайн-заходів, заробляємо на них і вкладаємо гроші в промоцію українських товарів, туризму тощо в середині країни та за кордоном. Масові заходи відмінилися і не факт, що їх дозволять проводити раніше осені. Тож ми почати шукати нові форми існування проєкту та заробітку.

Що стало би у допомозі вашому бізнесу зараз?

Головна порада у цей час від мене: дорогі підприємці, пам'ятайте, що навіть якщо у цей важкий час ви не зможете врятувати бізнес і вам доведеться його закрити, це не страшно. Можна закрити бізнес, але не можна вбити підприємництво, яке у кожного з вас у крові. Тож, новий бізнес неодмінно буде!

Отже, хоча українська влада й здійснює підтримку малого підприємництва, розміри державної допомоги все ж є досить скромними.

При наявній підтримці та оптимістичному настрої, у малого бізнесу в Україні є шанси подолати кризову ситуацію, хоч і зі значними втратами. Але потрібно розуміти, що проблеми малих підприємств не є тимчасовим явищем, і не зникнуть із завершенням кризи.

Щоб дати бізнесу часу на відновлення, потрібно продовжити дії пільгових умов і після карантину. Також необхідно поступово переосмислювати наявну модель економіки, та почати впроваджувати необхідні структурні зміни, як наприклад перехід на цифрові технології чи створення антикризового фонду, бо підтримку малого бізнесу слід здійснювати комплексно та на постійній основі.

1. Як врятувати малий бізнес в умовах карантину? European Business Association : вебсайт. URL: <https://eba.com.ua/yak-vryatuvaty-malyj-biznes-v-umovah-karantynu> (дата звернення: 21.03.2021). **2.** Все про #COVID19 для малого та середнього бізнесу. Портал для підприємців : вебсайт. URL: <https://sme.gov.ua/covid19> (дата звернення: 21.03.2021). **3.** Бізнес про Бізнес в умовах карантину. Портал для підприємців : вебсайт. URL: <https://sme.gov.ua/biznes-pro-biznes> (дата звернення: 21.03.2021).

Полюхович В. Ф., студентка, **Кондрацька Н. М.**, к.е.н., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Негативний вплив макроекономічних чинників на розвиток страхового ринку у карантинний період посилюється зниженням доходів населення, підвищенням рівня безробіття, необхідністю дотримуватися жорстких карантинних заходів. Сукупність цих чинників призвела до зниження ефективності традиційних каналів реалізації страхових продуктів та посилення конкуренції на ринку. За таких умов, використання сучасних інноваційних технологій для подолання зазначених проблем набуває особливої гостроти, а їх розвиток набуває все більшого значення й призводить до значних змін у економіці країни, тому визначення їх стану, проблем і перспектив на даний час є надзвичайно актуальним.

Сучасний страховий ринок України поступово набирає обертів у сфері застосування інноваційних технологій: з кожним роком зростає кількість страхових продуктів, що продаються онлайн, розвиваються сервіси віддаленого врегулювання спорів, впроваджуються мобільні додатки тощо [1]. Темпи інноваційних змін суттєво прискорилися завдяки розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій, глобалізації, посиленню конкуренції, урізноманітненню фінансових потреб споживачів і зростанню їхньої вимогливості до якості надання послуг. Крім того, вважаємо, що саме запровадження карантину дало поштовх стрімкому розвитку інноваційних технологій у страхуванні, які починають конкурувати з традиційними каналами реалізації страхових послуг.

За останні роки в Україні в контексті інноваційної діяльності страхових компаній сформувались нові підходи до побудови бізнес-процесів, з'явилися мобільні технології, соціальні мережі, хмарні сервіси, інтегровані пристрої та різні аналітичні інструменти. З метою спрощення процесів і механізмів страхові компанії активно користуються такими технологіями, як автоматизація, чат-боти, технології з елементами штучного інтелекту.

Страхові компанії впроваджують інноваційні технології у свою діяльність використовуючи сучасну аналітику, щоб створити системи раннього попередження та зібрати практичну інформацію, яка запобігає нещасним випадкам. Застосування технологій також може бути ефективним для виявлення та пом'якшення впливу страхових шахрайств [2].

Як показав проведений аналіз, найбільш поширеною технологією, яку використовують практично всі страхові організації є офіційні сайти страхових компаній із електронними кабінетами та посиланнями на мобільні додатки. Їх мають нині такі страховики: ПрАТ «Страхова компанія

«УНІКА», ПрАТ «Княжа вієнна іншуранс груп», ПрАТ «Інго Україна», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «Аска», ТОВ «Страхова компанія «Грінвуд лайф іншуранс» та інші. Існуючі додатки страхових компаній допомагають клієнтам розрахувати вартість страхового договору, здійснити онлайн-оплату страхової премії, записатися до лікаря, завантажити особисті документи для страхової виплати тощо.

Крім того, наразі запроваджено ряд електронних сервісів, які роблять життя сучасного українця простіше і зручніше: електронний поліс, електронний європротокол, система прямого врегулювання, електронні сервіси Бюро. В електронному вигляді на сьогодні укладається кожен третій з договорів ОСПЦВ, загальна кількість таких договорів перевищила три мільйони. За підсумками 2020 року сума страхових платежів за такими договорами становить 2,6 млрд. грн., що на 176% більше, порівняно з 2019 р. [3].

Ще одним важливим елементом впровадження сучасних технологій на страховому ринку України є інновації в автострахованні, такі як телематика, а саме Usage-based insurance (UBI). UBI, як правило, працює від телематичної технології, яка попередньо встановлена в мережі автомобіля або може використовуватися через мобільний додаток. Використання телематики страховими компаніями дозволяє значно знизити рівень шахрайства, оскільки страхова компанія матиме прямий доступ до інформації про функціонування автомобіля. На вітчизняному ринку страхування подібні послуги вже надають такі страхові компанії: ПрАТ «Страхова компанія «АРКС» страхування», ПрАТ «Українська акціонерна страхова компанія «АСКА», ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «ІНГО Україна».

На жаль, в українських страхових компаніях відсутні тарифні плани, що враховують дані «чорних ящиків» про акуратність водія та обсяги пробігу авто. Не можливо також отримати знижку на медичне страхування на основі даних фітнес-браслетів чи спеціалізованих додатків на смартфони. Крім того, вітчизняні страхові компанії поки що недостатньо активно використовують сучасні канали комунікацій із клієнтами з метою врегулювання страхових випадків, інформування про нові послуги, формування лояльності клієнтів, а також підтримання іміджу страховика. Незважаючи на активне представлення в соціальних мережах і наявність контакт-центрів, тільки деякі з них мають паблік-акаунти у Viber (ARX, УНІКА, ТАС СГ, «Альфа Страхування», ІНГО Україна) і використовують Telegram (ARX, УНІКА, ІНГО Україна, «Альфа Страхування»). Існують, але практично не використовуються чат-боти. Лише компанія ARX має прозорий сервіс зворотного зв'язку – Transparent Customer Feedback, який дозволяє клієнтам оцінювати якість урегулювання страхових випадків[4]. Вважаємо, що масове використання такого штучного інтелекту є перспективним впровадженням у діяльності страхових компаній. Чат-боти зможуть значно зекономити час роботи страхового фахівця, підвищити рівень врегульованих запитів та стати фактором привабливості для нових клієнтів.

Слід зауважити, що суттєвою перешкодою широкому поширенню

такому інноваційному страхуванню в інтернеті є досить недовірливе ставлення більшості громадян до фінансових інститутів в цілому і до страховиків зокрема. У зв'язку з цим страховим компаніям необхідно запроваджувати заходи, які полягатимуть у підвищенні довіри у клієнтів.

Ряд технологічних інновацій лежать в основі InsurTech – сфери інноваційних технологій та новітніх цифрових інструментів, розроблених для оптимізації роботи страхових компаній, дослідження досвіду відносин з клієнтами та використання потенціалу прогностичної аналітики у страхуванні. Проте, серед українських страхових компаній частка InsurTech не перевищує 6%, і за останні два роки було створено лише дві нові компанії. У той же час, швидкий розвиток технологій на світовому ринку страхування розглядається страховими компаніями як суттєва загроза, що змушує постійно нарощувати обсяги інвестування. Загальний обсяг інвестицій у InsurTech зріс до 7,1 млрд. дол. у 2020 році [5].

Щодо посилення інноваційності страхового ринку особливе значення має ухвалення Національним банком Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року і Стратегії розвитку ФінТеху в Україні до 2025 року [6]. Розвитку InsurTech в Україні сприятиме реалізація Національним банком таких проєктів, як впровадження нових моделей віддаленої ідентифікації та верифікації клієнтів, сприяння використанню хмарних технологій, посилення регулювання у сфері кібербезпеки.

Таким чином, інноваційні технології поступово проникають у страховий ринок України. Збільшується кількість страхових продуктів, які продаються онлайн, все більше розвиваються сервіси дистанційного врегулювання збитків, впроваджуються нові страхові продукти. Існування успішного страхового бізнесу вже неможливе без використання сучасних досягнень інноваційних технологій. Вітчизняні страхові компанії мають слідувати за сучасними тенденціями на ринку технологічних інновацій для своєчасного їх впровадження задля підвищення лояльності клієнтів та ефективності розвитку страхового ринку України.

1. Шубенко І. А. Тенденції діджиталізації на страховому ринку України. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 273–278. 2. Базилевич В. Д., Приказюк Н. В., Лобова О. М. Цифровізація у забезпеченні конкурентних переваг страхових компаній. *Економіка та держава*. 2020. С.15–20. 3. Статистична інформація МТСБУ. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/162805> (дата звернення: 28.03.2021). 4. Єгоричева Т. Б., Таранець Б. В. Інноваційний розвиток українського страхового ринку. *Вісник Університету банківської справи*. 2020. Вип. 3 (39). С. 66–72. 5. Charlie Wood. Insurtech investment hit \$7.1bn in 2020: WTW URL: <https://www.reinsurancene.ws/insurtech-investment-hits-7-1bn-in-2020-wtw> (дата звернення: 28.03.2021). 6. Стратегія розвитку ФінТеху в Україні до 2025 року. Національний банк України: вебсайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025> (дата звернення: 29.03.2021).

Притула М. Ю., к.е.н., асистент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА СТУПІНЬ ЙОГО ДІЄВОСТІ В УКРАЇНІ

В усіх країнах світу з розвинутою економікою визнана необхідність теоретичного обґрунтування і здійснення практичних кроків у фінансуванні екологічної політики, яка передбачає збереження навколишнього природного середовища, раціональне використання реальних і потенційних природних ресурсів, підтримку екологічної рівноваги в природі та забезпечення умов існування для людини. У наш час в багатьох країнах світу розроблені і діють національні програми охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів. Вони мають принципово новий характер порівняно з колишньою політикою охорони природи, яка мала обмежену сферу дії і виходила з концепції ліквідації наслідків порушення довкілля.

Основою політики в галузі охорони навколишнього середовища в промисловості і фінансування природоохоронних заходів є принцип нормативно якісного стану довкілля, який забезпечується або системою норм і стандартів на гранично допустимі рівні антропогенного навантаження, склад забруднень, викидів, скидів, або системою оподаткування корпорацій, які допускають порушення встановлених вимог природокористування. Обидва принципи можуть бути органічно поєднані. Регулювання охорони навколишнього природного середовища в зарубіжних країнах підкріплюється системою економічних важелів стимулювання і адміністративних санкцій [1].

Держави використовують різноманітні засоби стимулювання приватного капіталу, які заохочують його до виконання нових законодавчих норм. У країнах Європейського співтовариства загалом налічується понад 200 таких механізмів. Серед них є такі: пряма дотація на будівництво та експлуатацію природоохоронного обладнання, міських і районних водоочисних споруд, які звільняють промислові корпорації від надмірних витрат; пільгове цільове кредитування приватного сектору; система податкових пільг [2].

Набуває розвитку ринковий механізм природоохоронної діяльності, який передбачає застосування екологічних субсидій, позик, податків, зборів, штрафів, кредитів і квот, пов'язаних з викидами шкідливих речовин. Вони дають змогу розподіляти фінансові ресурси і акумулювати їх на державних рахунках або в спеціальних фондах.

Варто розглянути основну існуючу структуру фінансово-економічного інструментарію в країнах Європи та спрогнозувати ступінь його дієвості в Україні:

1. Екологічні податки до них відносяться податок на транзит через країну вантажів; екологічний податок на автомобілі; екологічні податки на визначені групи товарів та паливо, види діяльності, джерела забруднення, вміст шкідливого компонента, користування ресурсами; комунальний податок. Основним призначенням даних фіскальних інструментів є акумулювання коштів на бюджетних рахунках відповідного рівня та фінансування екологічних заходів, що мають спільне для даного рівня значення. В Україні такі інструменти відносно дієві та спрямовані на формування екологічних фондів різних рівнів.

2. Податкові пільги, а саме диференціація ставок податків з урахуванням екологічної небезпеки окремих виробництв; зменшення ставок податків на власність; дозвіл щодо включення в собівартість продукції затрат екологічного призначення; надання податкових привілеїв на інвестування в економічну сферу; формування режимів прискореної амортизації; зниження ставок акцизних зборів. Вони призначені для стимулювання процесів екологізації діяльності окремих економічних суб'єктів. В Україні такі податкові пільги мало дієві, оскільки більшість промислових підприємств знаходяться у скрутному фінансовому становищі.

3. Екологічні платежі, такі як за викиди (скиди) шкідливих речовин в атмосферу, водні об'єкти, ґрунт; за складування відходів у природних ландшафтах; за фізичні види забруднення середовища (шум, електромагнітне випромінювання тощо) і біологічні види забруднення. Призначені для відшкодування завданої природі шкоди та сплати економічними суб'єктами за користування природними ресурсами, за можливість ведення господарської діяльності. В Україні мало дієві, так як платежі мають лише фіскальний характер [3].

4. Екологічне кредитування, яке включає в себе пільги за строки кредитування; пільги за відсотковими ставками; пільги за обсягами кредитування; пільги за гарантії за кредит. Їх основним призначенням є підтримка та стимулювання екологічної діяльності шляхом надання тимчасово вільних коштів. Мало дієвий інструмент в Україні, так як існує достатньо високий ризик неповернення кредитних коштів.

5. Субсидії та гранти, такі як природоохоронні програми загальнодержавного чи регіонального значення; фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт з пілотних проєктів; міжнародні проєкти; фінансування освітянських і культурних програм тощо. Такі кошти, не підлягають поверненню, призначені для фінансування екологічно орієнтованих видів діяльності. В Україні такі субсидії та гранти можуть бути дієвими лише для сфер з високим рівнем інвестиційної привабливості.

6. Екологічне страхування, а саме екологічне страхування видів діяльності; екологічне страхування підприємницького ризику; екологічне страхування еколого-економічних наслідків. Забезпечує економічну відповідальність потенційних екодеструкторів і гарантує економічну

захищеність потерпілим. В Україні мало дієвий, так як основні засади здійснення цього виду страхування не закріплені чинним законодавством нашої держави [4].

7. Цінові інструменти, такі як ціноутворення з урахуванням екологічного фактору; програми управління попитом; лібералізація ринку природних ресурсів. Дані інструменти призначені для покриття екологічних витрат на рівні підприємства. Є дієвими для продукції, яка вже пройшла екологічну сертифікацію в Україні та реалізується на зовнішніх ринках.

8. Ринкові інструменти, до яких відносяться екологічні квоти; дозволи на виготовлення (продаж) певних обсягів продукції (робіт, послуг); продаж екологічних прав на викиди, діяльність тощо. Сприяють створенню вторинного ринку екологічних інструментів. В Україні не діють, так як їх функціонування вище згаданих інструментів не закріплено чинним законодавством [5].

Варто зазначити, що сьогодні економіка нашої держави знаходиться у досить скрутному становищі. У багатьох сферах ще не сформувалися такі ринкові відносини, що забезпечували б баланс економіко-екологічних відносин в індустріально розвинених країнах Європи. Тому не можна механічно переносити закордонний досвід на терени нашої країни. Проте, значна частина європейських надбань в екологічній сфері, з врахуванням особливостей розвитку економічних відносин в умовах ринкової економіки, може бути успішно використана і в Україні.

1. Бабаєв В. М. Сучасні політичні практики країн Європи: досвід для формування регіональної політики в Україні. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2007-1-1/doc/5/01.pdf> (дата звернення: 18.03.2021). 2. Мартиненко В. О. Досвід країн ЄС щодо сучасних механізмів управління охороною навколишнього середовища в Україні URL: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/896/1.pdf> (дата звернення: 18.03.2021). 3. Ekins P. Theory and Practice of Environmental Taxation. URL: <http://www.greentaxreport.co.uk/read-chapters-online/11-theory-and-practice-of-environmental-taxation> (дата звернення: 18.03.2021). 4. Салатюк Н. М. Зарубіжний досвід регулювання природокористування та охорони навколишнього середовища. *Наукові праці НУХТ*. 2010. № 36. С. 210–214. 5. Environmental policy integration in Europe. Administrative practice and culture. Brussels: European Environmental Agency, 2017. 50 p.

Семешук Я. С., студентка, **Подлевський А. А.**, к.е.н, доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

РИНОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ТРУДНОЩІ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

У сучасних умовах діджиталізації глобальної економічної системи чітко прослідковуються інноваційні перетворення в усіх сферах господарства, не виключенням є і фінансова сфера. Стрімке упровадження інформаційних технологій є ключовою характеристикою переважної більшості актуальних інновацій, що зумовлено зростанням впливу інформаційних технологій у процесі створення та надання фінансових послуг.

Оскільки тема є актуальною, однак недостатньо дослідженою, залишається ще чимало місця для вивчення особливостей практичного функціонування фінансових технологій у сучасних умовах, існує необхідність розробки модернізованих шляхів їх розвитку для виконання ними функцій стимулювання національної економіки та пожвавлення підприємницької ініціативи у сфері фінансових послуг. Метою даного дослідження є аналіз поточного стану та виокремлення ключових тенденцій розвитку фінансових технологій на території України, а також розробка системи рекомендацій задля покращення ситуації.

Фінансові технології або фінтех (англ. мовою від «financial technology», скорочене – «FinTech») являють собою порівняно нову галузь не тільки в Україні, але і у всьому світі. У економічній літературі, вважається, що термін «фінансові технології» виник на початку 1990-х рр., коли почала розвиватися мережа Інтернет. Зростання популярності фінтеха почалося у 2008 році, коли світова фінансова криза та її наслідки змусила фінансові компанії скорочувати витрати. У зв'язку з цим почали з'являтися стартапи і нові бізнес-моделі, здатні задовольнити запити вимогливих клієнтів [1, с. 68]. У вузькому розумінні фінансові інновації, або фінтех, – галузь, що охоплює компанії, котрі у своїй діяльності поєднують технології та інновації для забезпечення найбільш комфортного платіжного досвіду та сервісу високої якості для кінцевих споживачів фінансових послуг.

На сьогодні вітчизняний фінтех-сектор перебуває на стадії становлення, значно поступається розвиненим державам та не є готовим до виходу на глобальні ринки. Так, стрімкий розвиток галузі почався лише у 2014 році, а наразі в Україні нараховується більше сотні компаній, діяльність яких можна віднести до сфери фінансових технологій, причому переважна їх частка не має довготривалого практичного досвіду. Добре прослідковується тенденція до того, що національний ринок фінансових технологій розвивається повільніше, ніж у групі розвинених держав, має певні законодавчі обмеження, слабо капіталізований та сконцентрований на

вузьких нішах – переважно платіжних сервісах і сфері онлайн-кредитування.

Так, переважна кількість фінтех-компаній працює в сегменті Payments/Money transfer – 38 компаній, в сегменті Technology and infrastructure – 36 компаній. Питаннями Consulting/Analytical systems займаються 26 компаній, Mobile wallets та Blockchain/Crypto – відповідно 22 та 16 компаній. Присутність фінтех-компаній в інших сегментах набагато нижча: Cybersecurity/Anti-fraud – 11, Personal and consumer lending – 10, Digital/Neobanks – 8, Insurtech та Personal finance/Wealth management – по 6 компаній, Business lending та Regtech – по 5 компаній, Legaltech – 4, Digital Comparison Tool – 3 [2].

Однією з ключових проблем, яка стримує розвиток фінтех-ринку в Україні, є проблема фінансування – 61% компаній працюють за власні кошти, 30% залучають зовнішні інвестиції, 9% – кошти родини та друзів. До загрозливих факторів становлення сучасного ринку фінансових технологій слід віднести ще й відсутність сталої фінтех-екосистеми; обмежену кількість діджитал-спеціалістів у досліджуваній сфері; негнучке регулювання у певних галузях національної економіки, а також у законодавстві; низький відсоток фінансово грамотного населення.

Беззаперечною є необхідність удосконалення системи регулювання вітчизняного фінтех-сектору, насамперед створення відповідної законодавчої бази; також відчувається потреба у формуванні розвиненої екосистеми для бізнесу стартапів за зразком успішних зарубіжних країн. Важливим є окреслення ефективних шляхів розвитку інноваційного ринку фінансових технологій, а також способів налагодження стратегічного партнерства із традиційними учасниками фінансового сектору задля забезпечення сталого економічного зростання.

Гармонійне функціонування системи фінансових технологій в Україні, що об'єктивно є ключовою складовою конкурентоспроможності будь-якої фінансової системи, потребує реалізації ряду продуманих заходів, починатися які повинні з забезпечення збалансованого підходу у сфері державного регулювання ринку фінансових технологій. Так, головним завданням держави є створення сприятливого правового, політичного та соціально-економічного середовища для поширення інновацій, а також здійснення оперативного поточного нагляду за ринком та мінімізація ризиків, що так чи інакше пов'язані з функціонуванням фінтех-сектору.

Важливим етапом становлення українського ринку фінансових технологій має стати впровадження найбільш ефективного методу взаємодії між ключовими учасниками даного ринку, тобто фінтех-компаніями та банківськими установами. Ігнорування банками фінтех-компаній вочевидь є вже неможливим, як підтверджує досвід розвитку фінтех-індустрії у всіх розвинутих країнах. Логічним, виходячи із сучасного вектору розвитку вітчизняного ринку, є впровадження моделі партнерства, заснованій на

наданні доступу до клієнтської бази, а також продуктів і послуг шляхом створення відкритих API [3, с. 21].

Отож реалізація ефективної стратегії взаємодії між даними учасниками ринку полягає насамперед у сприянні процесу кооперації банків і фінтех-компаній шляхом залучення до ІТ-аутсорсингу останніх. Описаний метод допоможе банкам та іншим класичним фінансовим установам реалізувати проекти, що вимагають швидкості та гнучкості. До того ж, це стимулюватиме приплив інвестицій у стартапи з боку банківських установ, що, у свою чергу, допоможе вирішити проблему недостатнього та неорганізованого фінансування.

Підвищення відсотку фінансового грамотного населення є обов'язковою складовою розвинутої фінтех-екосистеми. Процес досягнення даної цілі повинен базуватися на принципах простоти та доступності подання інформації, ергономічності дизайнерських рішень, розвитку роботизованого консультування та машинного навчання під час створення ІТ-продуктів у фінансовій сфері.

Також важливим є формування якісного кадрового потенціалу, тобто забезпечення підготовки фахівців, які б володіли необхідними базовими для фінтех-галузі якостями: створення привабливої системи освіти, проведення сприятливої імміграційної політики.

Таким чином, можна зробити висновки про визначення сутності категорії «фінансові технології» як синтезу інформаційних технологій та інновацій у сфері фінансів, що використовуються для надання, розширення і розповсюдження фінансових послуг технологічними компаніями. Аналіз вітчизняної галузі фінансових технологій показав, що вона перебуває на стадії становлення та значно поступається розвиненим державам. Було встановлено, що для ефективного функціонування та сталого розвитку вітчизняної фінтех-екосистеми необхідним є дотримання системного підходу держави щодо правового регулювання сфери; сприяння процесу кооперації банків і фінтех-компаній; постійне підвищення відсотку фінансової грамотності населення, що базувалося б на простоті та доступності подання інформації; створення компетентного кадрового потенціалу у сфері фінансових технологій.

1. Гаватюк Л. С., Зубик І. М. Подальший розвиток фінансових технологій та цифрова трансформація під впливом COVID-19. *Часопис економічних досліджень*. 2021. № 1 (1). С. 68–81. 2. Каталог фінтех-компаній України 2020. НБУ. URL: <https://map.fintechua.org> (дата звернення: 25.03.2021). 3. Гаврилко Т. О., Антонова Р. О. Fintech: зарубіжний досвід та особливості розвитку в Україні. *Науковий вісник УжНУ. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 29. С. 17–22.

Скаковська С. С., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ УСТАНОВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСУ

Соціальна сфера – одна з найважливіших сфер життя суспільства, в якій реалізуються соціальні інтереси всіх верств населення, відносини суспільства і особи, умови праці й побуту, здоров'я, відпочинку.

Соціально-культурна сфера покликана своєчасно розв'язувати суперечності між стрімким техніко-технологічним розвитком суспільства та поступовим занепадом духовно-культурної складової людського життя, а тому в сучасних умовах актуалізується її фундаментальна роль щодо реалізації імперативу виживання людини і людства. Соціально-культурна сфера створює робочі місця, валовий внутрішній продукт, має власні ринки, що володіють істотним інвестиційним потенціалом, здійснює безпосередній внесок у соціально-економічний розвиток суспільства.

Комплекс соціально-культурних галузей являє собою сукупність видів діяльності, призначенням яких є надання населенню соціально значимих послуг. В умовах побудови постіндустріального суспільства, коли постає завдання зростання людського потенціалу особливо зростає значення цього комплексу національної економіки. У «Звіті про людський розвиток» та «Звіті Світового банку» людські ресурси характеризуються трьома показниками: рівень грамотності дорослих у віці 15 років і старше (в Україні 99,7%); рівень охоплення середньою освітою (в Україні 95,0%); рівень охоплення вищою освітою (в Україні 66,0%).

Існують вагомі докази необхідності нової стратегії щодо істотного підвищення ролі стимулювання освіти і науки. По-перше, матеріальне благополуччя держави забезпечується не просто науковими дослідженнями, інноваціями, високими технологіями, але й належним освітянським рівнем населення. За час, що минув із другої половини ХХ-го століття, середній період оновлення техніки й технологій скоротився майже у 10 разів – з 35–40 років до 4–5 років. Створення й впровадження нових технологій потребує інвестицій у людський капітал, особливо в освіту.

По-друге, освіта стає також необхідною передумовою адаптації робітників до нових умов праці. За оцінками фахівців, збільшення тривалості освіти на 1 рік, наприклад, у США приводить до збільшення ВВП на 5–15%, у країнах, що розвиваються, перевищує 20%.

По-третє, важливо враховувати, що працівники освіти і науки, як і раніше, залишаються потенційним резервом поповнення середнього класу, кількісне переважання якого в структурі суспільства є необхідною умовою для достатньо швидкого та стабільного розвитку. По-четверте, не можна нехтувати й можливостями впливу системи знань на характер роботи органів державної влади.

Питання фінансування системи освіти у різних країнах вирішуються по-різному. Наприклад, у країнах ОЕСР освіта значною мірою фінансується за державний рахунок – 88% загального обсягу фінансування освітніх установ. Приватне фінансування освіти відіграє суттєву роль у Кореї (4% всіх видатків), у США (майже третина видатків), а також в Австралії та Японії (майже чверть сукупних видатків). У більшості випадків зростання приватного фінансування у країнах ОБСР не призводило до зниження реальних державних видатків на освіту.

Участь держави у фінансуванні освітніх послуг слід розглядати як важливу складову не тільки економічної, але й соціальної політики держави.

Низький рівень освіти може призводити до формування порочного кола бідності не тільки окремих сімей (низький рівень освіти батьків – низький рівень доходів сім'ї – низький рівень освіти дітей – низький рівень доходів другого покоління), але й регіонів, коли наслідком недостатнього фінансування освіти стає низький рівень доходів населення регіону.

Державна політика засновується на визнанні культури в якості одного з основних факторів самобутності українського народу, інших національних угруповань, які проживають на території України, наступності поколінь, а також в якості основи розвитку і самореалізації особистості, освіти і виховання дітей та молоді.

Державна політика стосовно надання освітніх та культурних послуг повинна бути такою, як і загальноекономічна політика стосовно всіх суб'єктів ринку. Однак, повинні реалізуватися певні її особливості. Наприклад, захист вітчизняного освітянського ринку та ринку культури й мистецтва, створення умов для прибутковості цих галузей, широке запровадження державних і приватних кредитів, зокрема на отримання вищої освіти. На даному етапі державна програма кредитування має здебільшого характер соціальної допомоги, а реальна сума кредиту не відповідає середньостатистичному розміру оплати за навчання і не враховує існуючу диференціацію його вартості за різними спеціальностями. Тому перспективним є державна підтримка розвитку кредитування через банківську систему, а з державного бюджету доцільно фінансувати банківський відсоток за кредитами.

Держава повинна також сприяти розвитку конкуренції на ринку освітянських та культурно-мистецьких послуг через запровадження рейтингових оцінок, елементів своєрідного тендера на розміщення державного замовлення. В таких цілях важливим є не просто збільшення обсягів фінансових ресурсів, але й послідовне впровадження нових технологій навчання, відповідне науково-методичне забезпечення.

У сфері охорони здоров'я нерозв'язаними проблемами вважають її екстенсивний розвиток, низький рівень фінансування і значні диспропорції у розподілі ресурсів за видами медичної допомоги, в регіональному аспекті, між міською та сільською місцевістю. Переважає затратний принцип фінансування, який пов'язаний з виділенням бюджетних асигнувань за

обсягом залучених ресурсів, а не за обсягом і якістю послуг. Матеріально-технічний стан характеризується високим зносом основних фондів, застосовуються через це спрощені медичні технології, а проблема забезпечення ліками формується під впливом факторів, пов'язаних з низькою ціною доступністю їх для населення.

Основними напрямками вдосконалення сфери охорони здоров'я і підвищення її ефективності називають: планування фінансових коштів за нормативами бюджетної забезпеченості в розрахунку на одного жителя; розробка і реалізація територіальних програм державних гарантій надання громадянам безкоштовної медичної допомоги; реструктуризацію медичної допомоги, впровадження ресурсозберігаючих технологій; розвиток позабюджетної діяльності. Пріоритетними напрямками інвестування в галузі охорони здоров'я повинні стати розвиток першої медико-санітарної допомоги, служби охорони материнства та дитинства, профілактика соціально-шкідливих захворювань. Необхідні регулюючі впливи на подальше формування потреб населення у дотриманні принципів здорового способу життя.

Соціально-культурну сферу доцільно розглядати як сукупність суб'єктів національної економіки, які в процесі суспільного відтворення забезпечують суспільство продукцією, здатною задовольняти соціально-культурні потреби в громадській та творчій діяльності, спілкуванні, отриманні знань, фізичній та психологічній захищеності, духовному вдосконаленню людини, що потребує посиленого контролю та регламентації з боку органів державної влади та місцевого самоврядування.

1. Куценко В. І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики) : монографія / за наук. ред. Б. М. Данилишина. Ніжин : ТОВ «Вид-во «Аспект-Поліграф», 2008. 818 с. 2. Синякевич І. Земна цивілізація в двадцять першому столітті: економічні, екологічні, соціальні та духовні проблеми розвитку. *Наукові праці Лісівничої Академії наук України*. 2010. № 8. С. 18–23. 3. Байдала В. Сучасний стан та проблеми соціальної політики України. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Сер. Економічні науки*. 2001. № 12. С. 406–410. 4. Миронюк Н. Основні наукові підходи напрями суспільно-географічного вивчення культурної сфери. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки*. 2011. № 18. С. 75–80.

ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

Питання екології та екологічної безпеки було актуальним завжди. Проте зараз ця проблема постала перед нами найбільш очевидно, адже людство перебуває на межі екологічної катастрофи, яку, на жаль, не можливо попередити самотужки, силами однієї країни. Отже, надзвичайно гострим, постає питання, щодо об'єднання всіх країн, без винятку, у боротьбі з цією проблемою, тому що, тільки комплексний підхід, зможе покращити стан навколишнього середовища. Екологічні проблеми України нічим не відрізняються від проблем усіх інших країн, тому, щоб вирішити нагальні потреби та максимізувати позитивний вплив, необхідним є аналіз поточного стану екологічного оподаткування в нашій країні, а також аналіз закордонного досвіду, на прикладі Європейського Союзу, що допоможе зрозуміти ефективність економічної складової в розв'язанні екологічних проблем.

Відповідно до ст. 14 Податкового кодексу України, екологічний податок – це загальнодержавний обов'язковий платіж, що справляється з фактичних обсягів викидів забруднювальних речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення, скидів у водні об'єкти забруднюючих речовин, розміщення відходів, фактичного обсягу утворених радіоактивних відходів та радіоактивних відходів, що тимчасово зберігаються їх виробниками понад установлений особливими умовами ліцензії строк.

Екологічне оподаткування є одним із дієвих економічних стимулів екологічної політики, що допомагає забезпечувати раціональне природокористування, скорочення обсягів викидів забруднюючих речовин, а також впливає на формування екологічної свідомості у забруднювачів.

Ідея, щодо екологічного оподаткування, вперше виникла у економіста Пігу А.К.. Вона полягала у тому, що за допомогою податків потрібно впливати на тих, хто забруднює навколишнє середовище. Необхідність застосування екологічних податків пов'язувалась з принципом «забруднювач платить» і була описана у Програмі дій ЄС з охорони довкілля 1973 року. Одними з перших, на практиці, екологічні податки почали застосовувати саме в країнах Європи, приблизно з середини 90-х років, а в 1992 році них доєдналась і Україна.

Отже, розглянемо сім груп екологічних податків за сферами використання, які виділив директорат із податків та митних зборів Європейської комісії: транспортні податки, енергетичні податки, плата за шумовий вплив, плата за забруднення, плата за використання природних ресурсів, плата за викиди речовин, що призводять до глобальних змін, плата за розміщення відходів на звалищах та їх переробку. Найбільш поширеними з них є енергетичні податки (на електроенергію, енергетичне та моторні палива), що складають близько 3/4 з усіх надходжень від екологічних податків, та транспортні податки (на пройдені кілометри, податок з власників, імпорт чи продаж транспорту, а також акцизи при купівлі автомобіля), що складають близько 1/5. Саме з досвіду країн ЄС, ми можемо

побачити позитивний вплив на навколишнє середовище, завдяки активному застосуванню екологічного податку. Таким чином, за даними дослідження, проведеним під керівництвом Ю.В.Дзядикевича, у Німеччині, введення податку на токсичні відходи, призвело до зниження утворення токсичних відходів на 15%, лише за перші три роки. А у Нідерландах – скорочення на 80-90% промислових викидів тяжких металів у воду.

На противагу прикладу країн ЄС постає Україна, яка ніколи не була екологічно-орієнтованою країною, а отже, і питання екології ніколи не стояло в центрі уваги. У національній економіці екологічне оподаткування, хоча і відіграє досить велику роль, але не є ефективним та дієвим інструментом регулювання. Орієнтуючись на те, що Україна позиціонує себе, як держава з європейськими цінностями, необхідно переймати на себе досвід, в даному напрямі, її «колег».

Основними видами екоподатку в Україні є: податок за викиди в атмосферне повітря, надходження від розміщення відходів, податок за викиди в атмосферне повітря двоокису вуглецю, податок за утворення та/або тимчасове зберігання радіоактивних відходів та надходження від скидів забруднюючих речовин у водні об'єкти.

У країнах ЄС причиною дієвості екологічних податків є саме високі ставки, через які підприємствам вигідніше вживати заходів з охорони довкілля, а не сплачувати потім екоподатки. Тим самим, спостерігаємо, що європейські країни націлені на уникнення забруднення навколишнього середовища, а не боротьбу з наслідками. В Україні ж вигідніше заплатити екологічний податок і далі здійснювати шкідливу діяльність, аніж перетворити виробництво на більш екологічне. Тому наша країна повинна перейняти досвід ЄС, адже результат з'явиться тільки тоді, коли витрати на попередження забруднення будуть меншими, ніж сплата податків за шкоду екології. Щоб удосконалити систему екологічного оподаткування також необхідно збільшити кількість податків, наприклад, на продукцію, яка завдає шкоди довкіл्लю, а також щорічний податок на транспорт, який є одним з найбільш чинників забруднення атмосферного повітря.

Отже, безсумнівно, екологічне оподаткування є важливим та дієвим інструментом регулювання для забезпечення екологічної безпеки. Проте зараз, воно є неефективним, а тому нам потрібно перейняти досвід країн ЄС та удосконалити систему екологічного оподаткування в нашій країні. Цього ми зможемо досягти збільшивши ставки екоподатків, та ввівши нові, які вже існують в Європі.

1. Бурляй А. П. Особливості екологічного оподаткування в країнах ЄС та Україні. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 3. С. 51–58. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3711> (дата звернення: 21.03.2021).
2. Все, що потрібно знати про екологічне оподаткування. *Екологія підприємства*. 05.03.2018. URL: <https://ecolog-ua.com/news/vse-shcho-potribno-znaty-pro-ekologichne-opodatkuvannya> (дата звернення: 21.03.2021).
3. Мацієвич Т. О. Особливості екологічного оподаткування: практика країн Європейського Союзу. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/305/304> (дата звернення: 21.03.2021).
4. Податковий кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2011. № 13–14. № 15–16. № 17. ст. 112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 21.03.2021).

Стасюк Л. М., студентка, **Шило Ж. С.**, к.е.н., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

РОЗВИТОК ДИСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БАНКІВ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

В умовах значного розвитку банківської системи відбувається інтенсивне зростання дистанційного банківського обслуговування. Необхідно враховувати, що вплив технічного прогресу на діяльність банків постійно зростає, тому банки надають свої послуги не тільки через філійні мережі, але й через інші канали самообслуговування, такі як Інтернет з виставленням рахунків і здійсненням платежів; центри телефонного обслуговування для дистанційної підтримки; банкомати для швидкого зняття і внесення готівки на рахунки, які є доповненням традиційних послуг.

Основними перевагами використання дистанційного банківського обслуговування є зручність, простота, можливість користуватися послугами в будь-який час в будь-якому місці. Недоліками можна назвати недостатню захищеність операцій через дистанційні канали обслуговування, незахищеність від несанкціонованого втручання, відсутність чіткого регулювання нормативно-правового регулювання між банком і клієнтом, обов'язково дистанційне обслуговування проводиться через засоби доступу – банкомати, телефон або комп'ютер [3].

У даний час для підвищення ефективності обслуговування своїх клієнтів банки активно впроваджують такі системи дистанційного банківського обслуговування: комп'ютерний банкінг (РС-банкінг); телефонний банкінг (телебанкінг); мобільний банкінг (м-банкінг); інтернет-банкінг; системи самообслуговування (кіоски, банкомати, термінали).

Банківська система перебуває в постійному русі, і будь-які зміни у політичному, економічному, фінансовому планах невдовзі відображаються на діяльності банківських установ. Однак, якщо такі фактори можна передбачити, то залишається багато інших, виникнення яких буває абсолютно непередбачуваним чи новими, і тоді приходить усвідомлення, що суспільство ще не було готове до цього. Це зумовлює необхідність негайної оцінки самого фактора, а також можливих наслідків його впливу, а відтак – якнайшвидшої реакції щодо прийняття антикризових заходів для мінімізації можливих ризиків. До таких факторів можна віднести сьогодишню ситуацію з поширенням вірусу COVID-19, яка має місце в цілому світі, і наслідки її виявились зовсім неочікуваними не тільки для банківської системи, але і для усього людства.

Оголошення суворого карантинного режиму, що передбачає тимчасове призупинення нормального функціонування багатьох сфер життєдіяльності суспільства: бізнес перестав працювати в звичному режимі, деякі заклади вимушено перейшли на дистанційний режим роботи, а деякі й зовсім

припинили працювати на невизначений термін, оскільки карантин продовжували залежно від епідеміологічної ситуації.

Банківську систему це також не обійшло стороною. НБУ рекомендує українцям максимально переходити на дистанційне банківське обслуговування. Відвідування людних місць (банківських або поштових відділень, інших установ) наражає на ризик як клієнтів, так і їх працівників.

Завдяки новітнім технологіям сьогодні можна замовляти і оплачувати продукти та товари он-лайн. Також не обов'язково відвідувати банківські відділення, щоб здійснювати комунальні платежі чи купувати валюту тощо. Все це можливо зробити, навіть не виходячи з дому.

Для більшої доступності безготівкових платежів та їх максимальної вигідності, Національний банк на період карантину скасував тарифи на роботу Системи електронних платежів [1]. Карантин змусив українські банки форсувати технологічні зміни, які вони планували на весь 2020 рік. Ресурси, які банки раніше витрачали на відкриття та підтримання мережі, тепер усі направляють в онлайн: покращують роботу кол-центрів, щоб вони могли не тільки приймати дзвінки, але й спілкуватися в чатах, «допилюють» сервіси, наймають UI/UX-фахівців, щоб їх застосунком було інтуїтивно зрозуміло користуватися. Багато банків через карантин збільшили фінансування цифрових трансформацій.

Пандемія та карантинні обмеження пришвидшили зміни в платіжних звичках громадян у бік безготівкових розрахунків, зокрема в Інтернеті. Українці активніше переходять на безготівкові платежі та частіше користуються послугами електронної комерції. За даними НБУ загальна кількість операцій з отримання готівки при використанні платіжних карток, емітованих українськими банками, за 2020 рік становила 5 211,2 млн шт., а їх сума – 2 208,7 млрд грн. Кількість зазначених операцій зросла на 25,0%, а сума – на 22,8%, якщо порівнювати з аналогічним періодом 2019 року. Водночас кількість операцій з отримання готівки за допомогою платіжних карток зменшилася на 11,3%, а сума – на 3,3% проти 2019 р. [2].

Банківська сфера є дуже чутливою, тому незначні негативні явища можуть спричинити досить серйозні негативні наслідки. Сучасна ситуація з коронакризою тому доказ. Але не зважаючи на це, вона дала поштовх на модернізацію технологічної бази дистанційного обслуговування банків.

1. Національний банк проти коронавірусу. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/covid19> (дата звернення: 18.03.2021). 2. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-2020-rik> (дата звернення: 18.03.2021). 3. Шалига Т. С. Розвиток дистанційних банківських послуг як показник модернізації елементів національної банківської. *Вісник Української академії банківської справи*. 2010. № 2 (29). С. 95–99.

Хібеба Б. М., студентка, **Семенюк К. М.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

НЕЗВИЧАЙНІ ПОДАТКИ СВІТУ

З виникненням перших у світі державних утворень пов'язана поява податків. Їх сутність, структура та призначення визначаються економічним і політичним ладом суспільства. Але всупереч цьому, протягом усієї історії існувало чимало дивних, незвичайних та необґрунтованих податків.

Споконвіку в разі гострої потреби наповнення бюджету можна було, як свідчить історія оподаткування, запровадити податок на будь-що, і громадяни його сплачували. Свого часу джерелом відрахувань до скарбниці були податки на чоловічі бороди, жіночу косметику та коштовності, еркери та балкони, коней та карети, горобців та лазні, каву еспресо, пересування на снігоходах тощо.

Дані податки запроваджувалися як для підвищення додаткових надходжень, тобто збагачення держави, так і в якості стимуляції певних дій населення та сприяння соціальним змінам. Деякі збори мали умовні назви і стягувалися просто так, без будь-яких виправдань.

Уряди різних країн всіляко намагалися збільшити розмір цих податків з кожної людини. Часом заради збагачення вигадували настільки безглузді і незвичайні податки, що їх абсурдність може викликати неабияке здивування. Розглянемо найцікавіші та подекуди найдивніші податки, які коли-небудь збиралися.

У спробах наповнити державний бюджет, король Англії в XIV столітті здійснив мрію багатьох правителів – ввів податок на життя. Адже, по суті, це податок, який змушена була сплачувати кожна жива людина. Платити його повинні були всі без винятку: від немовлят до немічних старих просто тому, що вони існують. Але незважаючи на всі репресії, спалахнув масштабний бунт, і екстравагантний закон було невдовзі скасовано.

Подібний до попереднього податку – податок на мир був прийнятий в Гвінейській Республіці. Тим не менш, жителі цієї країни є одними з найбільш злидених не тільки в Західній Африці, але і всьому світі. Так, кожен рік повнолітній гвінеєць, крім інших виплат, зобов'язаний сплачувати державі податок за мир у розмірі 17 євро, що для громадян цієї країни є досить відчутною сумою. І це при тому, що країна вже багато років не бере участь в яких-небудь бойових діях. Така плата уряду, що він зумів дипломатичним шляхом не витягнути країну в черговий збройний конфлікт.

Поширеним явищем було запровадження податків щодо зовнішнього вигляду людини. Так вперше податок на бороду був запроваджений у 1535 році Генріхом VIII, котрий постійно знаходився в пошуку нових джерел доходу. Його дочка Єлизавета I, в епоху свого правління пішла за прикладом батька і обклала податком бороди, що зростали більше двох тижнів.

На Русі даний податок був запроваджений вкінці сімнадцятого століття Петром I. Згідно з указом 1705 року все чоловіче населення країни за винятком священників, монахів і селян, було зобов'язане голити бороди і вуса. Кожному, хто сплачував такий незвичайний податок, давалася спеціальна мідна або ж срібна монета з гербовим орлом з одного боку, а з

іншого із зображенням бороди. Податок за носіння бороди збільшувався в залежності від станової приналежності та майнового становища людини.

В цілому, цар Петро I вважається одним з найбільших податкових ентузіастів в історії. Його ідеї з податками були досить ексцентричними – він оподатковував усе. За його правління навіть було засновано спеціальний штат «прибыльщики», які зобов'язані були вигадувати різні нові податки. Кількість цих податків примножувалася з кожним днем: поземельний, посаджений, криголамний, водопійний, з печей, мостів і переправ, причальний та відпливний з плавучих суден, із клеймування суконь, шапок і чобіт, із квасних напоїв, варіння пива, з воскобоєнь, зі шкіряного та миловарного промислів, з кузень, крамниць, корчем та пекарень, із майстрових і робітних людей тощо.

Розглянемо також незвичайні податки світу, які існують в наш час. Наприклад, у Швеції батьки мають платити податок на імена. Це єдина країна в світі, громадяни якої сплачують збір за дивні імена своїх дітей, вимова яких викликає дискомфорт у інших.

В Уганді з 1 червня 2018 року був введений податок на соціальні мережі. Даний збір запроваджений задля боротьби з плітками про місцевий уряд в Інтернеті, користування яким тепер обходиться в 0,05 долари за день.

На Балеарських островах в Іспанії ще на початку 2000-х було введено "сонячний" збір. Податок за перебування на сонці становить 1 євро на день та сплачується з всіх туристів на архіпелазі. Ці кошти уряд спрямовує на очищення пляжів і прибережної зони.

Щодо податків в Україні, то крім ПДВ, мита та інших державних зборів існують досить незвичні податкові надходження. Так, влітку 2017 року Державна фіскальна служба розглянула введення податку на речі з секонд-хенду. Тобто, оподаткуванню стали підлягати речі, меблі та техніка, які здаються у комісійні магазини.

Серед проектів що розглядалися, але так і не були введені в Україні – це податок на собак і котів, екологічні внески за корів, а також оподаткування візитних карток, які роздають працівникам на підприємствах.

Отже, абсолютно різні країни світу проявили колосальну винахідливість у сфері оподаткування своїх громадян і гостей з метою збагачення державного бюджету. Всі вище розглянуті специфічні податки у світовій історії мали своє місце в певних країнах та деякі з них практикуються і по сьогоднішній день.

1. Мельниченко О. П'ять найдивніших податків, які пропонували запровадити в Україні. Фінанси : вебсайт. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/414661/5-najdyvnishyh-podatkov-yaki-proponuvaly-zaprovadyty-v-ukrayini> (дата звернення: 27.03.2021). 2. Найдивніші податки, які існували в світі. Електронні платежі : вебсайт. URL: <https://www.ipay.ua/blog/articles/najdivnishih-podatki-yaki-isnuvali-v-sviti> (дата звернення: 27.03.2021). 3. Нечай Н. Фінансова політика Петра I. *Офіційне видання Державної фіскальної служби України «Вісник»*. 2011. № 11. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/1721> (дата звернення: 27.03.2021). 4. ТОП-15 незвичайних податків у світі. Глобал Кредит : вебсайт. URL: <https://globalcredit.ua/uk/novosti/top-15-neobychnyh-nalogov-v-mire> (дата звернення: 27.03.2021). 5. Ярошенко Ф. О., Павленко В. В., Павленко В. Л. Історія податків та оподаткування в Україні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал». 2012. 416 с.

Шило Ж. С. к.е.н., доцент, **Тенюка Н. М.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Реформування податкової системи становить одну з найбільш актуальних проблем української економіки в умовах трансформаційних ринкових процесів. Від її вирішення залежить розвиток підприємництва, інвестиційної діяльності, важливих галузей народного господарства та формування фінансової бази в цілому. Пріоритетним завданням держави в цьому напрямі є вирішення проблеми використання податку на додану вартість та усунення дисбалансу між надходженнями ПДВ до бюджету та його відшкодуванням суб'єктам підприємницької діяльності.

В умовах фінансово-економічної кризи, коли перед більшістю підприємств постала проблема платоспроможності, ліквідності та значним погіршенням фінансових результатів, гостро виникає питання щодо впливу ПДВ на їх фінансово-господарську діяльність, що змушує шукати шляхи мінімізації його негативних проявів.

Метою дослідження – є визначення проблем та недоліків механізму впливу ПДВ на фінансову діяльність суб'єктів господарювання, а також його реформування в умовах трансформаційних ринкових перетворень.

Податок на додану вартість виступає зручним податковим важелем, який допомагає державі наповнювати бюджет за рахунок технічно простого збирання і наявності широкої бази оподаткування. На сьогодні податок на додану вартість є основним джерелом доходів загального фонду Державного бюджету України. Питома вага його в податкових надходженнях бюджету зростала з 23,2% до 55,6% протягом 10 років. Це підтверджує вагому роль податку в формуванні доходів держави [1].

В Україні існують численні недоліки адміністрування ПДВ, спричинені недосконалістю податкового законодавства, що призводить до негативного впливу на фінансово-господарські рішення його платників. ПДВ виступає істотним чинником, здатним стимулювати або стримувати ділову активність платників цього податку.

Також в Україні дедалі більше загострюється проблема відшкодування ПДВ. Держава не виконує своїх зобов'язань у цій сфері, зростає термін заборгованості уряду перед платниками податків. За таких умов ПДВ фактично перетворюється на додатковий податок з експортерів, через який зменшуються їхні ресурси. За браком прозорого механізму погашення державної заборгованості з відшкодування ПДВ платники податків перебувають у нерівних умовах [2].

Несвоєчасне повернення ПДВ призводить до зниження економічної активності підприємств та обсягів їх виробництва, оскільки відволікання

обігових коштів зменшує спроможність закупівлі сировини, матеріальних цінностей - виплати заробітної плати та здійснення інвестицій.

Для проведення реформ в системі податкової політики, необхідно провести зміни у сфері нарахування та відшкодування ПДВ, а також, потрібно з'ясувати наявні причини недосконалості існуючої системи.

Однією з причин цього стала поспішність у впровадженні ПДВ, що став застосовуватися в Україні з 1992 року. Відомо, що ряд країн, економіка яких успішно розвивається, наприклад, США, не використовують ПДВ. Проте менш відомо, що тривалий час уникали вказаного податку й деякі наші сусідні держави – країни Центральної та Східної Європи, що випереджають Україну в ході економічної трансформації і розглядаються як зразок для наслідування Україною. Це стосується, зокрема, Чехії та Словенії. В Словенії ПДВ був впроваджений в умовах економічного піднесення з 1 липня 1999 р. в процесі уніфікації національного податкового законодавства з вимогами ЄС. Та й Польща впровадила ПДВ не в перший, а лише на четвертий рік трансформації своєї економіки – у 1993 р., вже після зменшення інфляційних процесів.

Починаючи з 1992 року, органи державної влади України постійно намагаються покращити податкову систему, що призвело до появи близько 2500 нормативно-правових актів, які регулюють дану сферу економіки. При цьому всі ці нормативні і законодавчі акти не завжди узгоджуються між собою, як наслідок у підприємців з'являється безліч можливостей для знаходження шляхів ухилення від оподаткування.

В умовах трансформації ринкових перетворень та фінансового обігу податок на додану вартість перетворився на основне джерело доходів до держбюджету, так як серед усіх податкових надходжень до доходної частини бюджету саме він займає пріоритетне місце.

Вплив ПДВ на обсяги реалізації товарів, робіт, послуг безпосередньо проявляється через ставку податку. Визначена чинним законодавством ставка ПДВ у розмірі 20% призводить до відповідного зростання цін на товари, роботи, послуги. У більшості випадків це негативно впливає на обсяги реалізації, а отже, і на фінансовий результат діяльності суб'єктів підприємництва. Більш доцільним щодо зниження негативного впливу ПДВ платників податку є поступове зниження загальної ставки ПДВ.

На наш погляд необхідне проведення реформи податкового законодавства, яке матиме позитивні наслідки для платників ПДВ.

1) Відбудеться загальне зниження рівня цін на товари, роботи, послуги, що буде супроводжуватися зростанням обсягів їх реалізації, а отже, і покращанням фінансових результатів діяльності платників.

2) Скоротяться видатки на придбання основних засобів і нематеріальних активів, вартості будівництва, що сприятиме активізації здійснення реальних капітальних вкладів та впровадження інновацій.

3) Зменшаться обсяги витрат у сумі вхідного ПДВ, які будуть відноситись на поточні витрати - собівартість товарів, робіт, послуг (якщо

відповідні види діяльності суб'єктів підприємництва будуть звільнені від ПДВ). Це також буде сприяти покращанню фінансових результатів діяльності платників. Зростання обсягів реалізації товарів, робіт, послуг приведе і до збільшення надходжень ПДВ до бюджету, а отже, компенсує їх зменшення внаслідок зниження загальної ставки ПДВ.

Більшість розвинених країн, які стягують ПДВ, запровадили комплекс заходів з мінімізації його негативного впливу на підприємства та добробут населення. Наприклад, у ЄС є три режими оподаткування залежно від соціальної значимості товарів. Товари широкого вжитку тут оподатковують за стандартною ставкою – не менше 15%. Щодо товарів розкоші застосовується підвищена ставка. Соціально важливі товари і послуги – продукти харчування та ліки - оподатковують за зниженою ставкою – 5 %. Такий підхід є соціально справедливим, тому його варто застосувати і в Україні.

На даному етапі, в Україні варто перейти до методу, яка застосовується в країнах ЄС. Вона полягає у зниженні ставки ПДВ з одночасною ліквідацією усіх пільг. Скасування пільг з ПДВ спростить адміністрування податку і відновить принцип його нейтральності [3].

Одним із способів усунення проблеми ПДВ є ідея замінити податок на додану вартість на податок з обороту, який існував до запровадження ПДВ, наприклад, у розмірі 5%. Але, на наш погляд, проблема експортного відшкодування цим не вирішується. Оскільки, цей податок є також внутрішнім споживчим податком, тому нічого істотно не зміниться.

Отже, податок на додану вартість, враховуючи неоднозначне до нього ставлення з боку як платників податків, так і тих, хто визначає податкову політику, — найбільш раціональний із усіх відомих на сьогодні. Тільки цей податок – якщо стягувати його не з «подій», як це робиться за діючими чинними податковими законами, а нараховувати на ту частину вартості товару, що дійсно є доданою, – не лише забезпечить 100-відсоткове виконання бюджету в частині податкових надходжень, а й дозволить контролювати динаміку ВВП.

1. Іванов Ю. Б. Проблеми розвитку податкової політики та оподаткування : монографія. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2014. 448 с. **2.** Соколовська А. А. Теоретичні засади визначення податкового навантаження та рівня оподаткування економіки. *Економіка України*. 2018. № 8. С. 4–12. **3.** Чередниченко О. М. Ефективність використання ПДВ в Україні. *Фінанси України*. 2019. № 4. С. 27–35.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Балаушко М., студентка

Науковий керівник: Лесняк О.Ю., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МАКСИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІЇ ЗАКОНУ СПАДНОЇ КОРИСНОСТІ

Різноманітність змінних витрат і, що більш важливо, їхні різні величини та поєднання призводять до нерівномірного співвідношення виробничих факторів до обсягу виробництва продукції («фактор-продукт»), тобто до нерівномірного характеру залежності цих витрат від випуску. Для розуміння сутності цього співвідношення необхідно знати зміст таких понять, як граничний (маржинальний) ресурс, граничний (маржинальний) продукт, загальний продукт і середній продукт.

У сільському господарстві всі три типи взаємозв'язків мають тенденцію виникати у процесі виробництва будь-якого виду продукції. Це пов'язано із законом спадної корисності, що особливо яскраво проявляється в цій галузі. Відповідно до цього закону, при послідовному збільшенні витрат певного ресурсу, коли граничний ресурс залишається незмінним, виробництво збільшується, але лише до певної межі. Поза нею граничний (маржинальний) продукт починає зменшуватися. Врешті-решт це може набути нульового або навіть негативного значення.

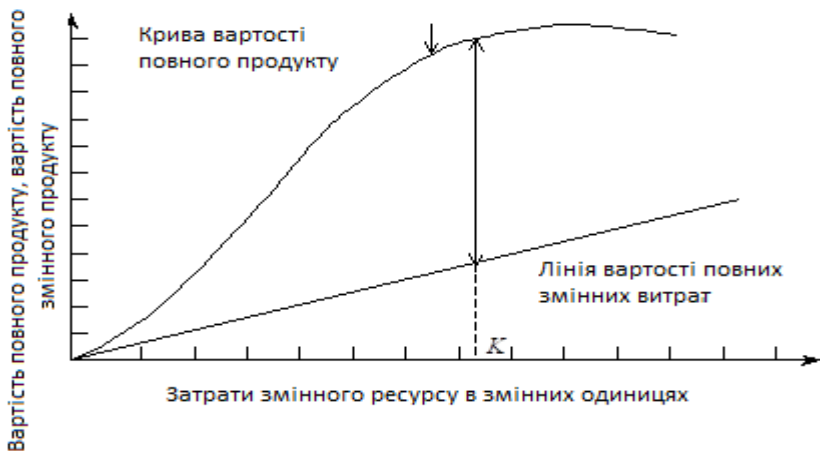


Рисунок. Визначення обсягу змінного ресурсу при максимізації прибутку

Якщо, наприклад, ми простежимо взаємозв'язок між урожайністю певної культури та нормою внесення добрив або нормою насіння на гектар посіву, тоді врожайність буде зростати, проте збільшуватимуться до тих пір, поки не буде досягнутий рівень, при якому граничний продукт починає зменшуватися.

Для того, щоб визначити, в якій сфері підприємство може досягти найвищої ефективності виробництва, важливо врахувати закони формування загального, середнього та граничного (граничного) продукту.

Слід мати на увазі, що максимальна економічна ефективність досягається раніше максимальної технологічної ефективності, вимірної врожайністю врожаю з гектара або продуктивністю тварин.

Проведений аналіз співвідношення «фактор-продукт», в якому «фактор» трактується як різновид змінних витрат, дозволяє зробити фундаментальний висновок: підприємство може змінювати тактику залежно від поставлених цілей та ступеня доступності змінного ресурсу. При цьому можна відмітити наявність таких закономірностей:

1. Для обмеженого змінного ресурсу, який необхідний і може ефективно використовуватися в різних виробництвах (наприклад, мінеральних та органічних добрив), доцільним є споживання підприємством цього ресурсу в обмежених обсягах на таких виробництвах, не виходячи зони, у якій досягаються високі темпи приросту граничного (маржинального) продукту порівняно із темпами зростання граничного (маржинального) ресурсу.

2. Якщо підприємство націлене на максимальний прибуток на одиницю змінних витрат, то при стабільних цінах ця мета досягається в точці максимального середнього продукту.

3. Максимальний прибуток з гектара врожаю або на голову худоби відповідає точці, в якій величина граничного продукту дорівнює вартості додаткового вкладу ресурсу. Саме в цей момент досягається найбільше значення для різниці між сукупним грошовим доходом (вартість виробленого продукту) та загальною собівартістю (величина складених ресурсів).

1. Коваленко О. В. Додана вартість у контексті національної продовольчої безпеки *Економіка та держава*. 2015. № 4. С. 98 – 102. 2. Світовий О. М. Додана вартість та її роль у розвитку агропромислового комплексу України. *Наукові праці ІДДА. Серія: Економічні науки*. 2013. Вип. 6., Т. 2. С. 264–269. 3. Губені Ю. Е., Матковський С. О. Організаційно-економічні та правові проблеми розвитку сільського господарства та сільських територій. *Зб. наук. доповідей та статей / за ред. проф. Ю. Е. Губені та проф. С. О. Матковського*. 2012. С. 327–329.

Дмитренко Є. О., студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

СТАН ТА ДИНАМІКА СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ГЕЙМДЕВ

В сучасному світі виникають та швидко розвиваються нові, відмінні від традиційних видів економічної діяльності, велика кількість яких тим чи іншим чином пов'язані з інформаційними технологіями та розробкою програмного забезпечення. Одним з таких прогресивних і швидкозростаючих напрямків є геймдев.

Етимологія слова геймдев походить від англійського «gamedev» або «game development» – розробка ігор, а в загальному під цим терміном розуміється процес створення електронних або відео-ігор. Як зазначають Сахнов К. Та Уточкін В. геймдев неможливо розглядати окремо від індустрії комп'ютерних ігор в цілому, оскільки вони є комплексним складним продуктом надскладної «екосистеми» їх виробництва, розповсюдження та споживання, а безпосередньо розробка ігор є лише її частиною [1].

Ще у 2013 році Андре Маршан та Торстен Теннінг-Туро відмітили, що економічна цінність відеоігор змінилася з нішевої та потужну галузь. Кількість споживачів, які грають у відеоігри є набагато більшою за тих, що ходять в кіно [2]. Таким чином, економічний аналіз та дослідження ринку геймдеву набуває все більшої актуальності.

Загалом сучасний ігровий ринок можна розділити на 3 основні категорії:

- ринок ігор для персональних комп'ютерів (тобто ігри, що безпосередньо встановлюються на комп'ютери, а також браузерні ігри, в які можна грати без інсталяції). Існує величезна кількість виробників ігор для ПК від індивідуальних розробників до гігантів галузі з річними оборотами в мільярди доларів США, таких як Activision Blizzard, Electronic Arts, Konami, Ubisoft та інші;
- ринок ігор для консолей (або ігрових приставок): тут найбільшими гравцями є Sony, Microsoft та Nintendo, які водночас є виробниками ігрового обладнання;
- ринок мобільних ігор (де основними платформами є Google Play Market та AppStore від Apple) – характеризується великою кількістю розробників і значним різноманіттям проектів – від примітивних до надскладних мультикористувачьких PUMG Mobile та Fortnite.

Визначальним трендом останніх років у геймдеві є значне зростання саме мобільного ринку. Згідно огляду «Newzoo Global games market report» [3; 4] у 2020 році частка мобільних ігор у загальній виручці галузі сягнула 48,5% або більше 77 млрд доларів США. В свою чергу, частка консолей складає 28,4% (45,2 млрд доларів США), а ігор для персональних комп'ютерів – 23,2% (36,9 млрд доларів США).

Загальний об'єм виручки глобального світового ігрового ринку у 2020 році досяг 159,3 млрд доларів США, показавши приріст у 9,3% до попереднього року. Як видно з таблиці 1, показники 2020 року не є випадковими, а лише продовжують тренд та підтверджують сталість розвитку цього ринку в останні роки.

Таблиця 1

Розвиток світового ігрового ринку у 2017–2020

<i>Світ</i>	2017	2018	2019	2020
Дохід (млрд. дол. США)	122	138	145,8	159,3
Ріст (% до попереднього року)	----	13,1%	5,6%	9,3%

Джерело: за даними [3; 4]

При цьому ринок геймдеву демонструє як інтенсивне (за рахунок збільшення витрат гравців), так і екстенсивне (за рахунок збільшення кількості самих гравців) зростання (табл. 2).

Таблиця 2

Розвиток світового ігрового ринку у 2017–2020

<i>Світ</i>	2017	2018	2019	2020
Кількість активних гравців (млрд. чол.)	2,3	2,4	2,6	2,7
Річні витрати 1 гравця (дол. США)	53,0	57,5	56,1	59,0

Джерело: за даними [3; 4]

Прогнозується, що до 2023 року глобальний геймдев ринок сягне рівня доходів у 200 млрд доларів США, маючи середній річний приріст у 8,3%, а кількість гравців у світі виросте до 3,2 мільярдів.

Важливим є той факт, що схожі показники росту демонструє український ігровий ринок – вітчизняні геймери у 2020 році принесли вже 261 млн. доларів США, тобто на 13,5% більше, ніж попереднього року (табл. 3). Більш того, за даними того ж Newzoo [10], Україна у 2019 піднялася на 44 місце у рейтингу серед країн, які приносять найбільші доходи ігровій індустрії.

Таблиця 3

Розвиток ігрового ринку в Україні 2017–2020

<i>Україна</i>	2017	2018	2019	2020
Дохід (млн. дол. США)	194	218	230	261
Ріст (% до попереднього року)	-	12,4%	5,5%	13,5%
Кількість активних гравців (млн. чол.)	14,0	14,2	15,3	16,0
Річні витрати 1 гравця (дол. США)	13,8	15,3	15,3	16,4

Джерело: за даними [5; 6; 7]

Цікавим також є той факт, що темп розвитку геймдев ринку значною мірою випереджає ріст як світового, так і вітчизняного ВВП (табл. 4).

Таблиця 4

Темпи зростання ВВП та ринку відео-ігор у світі та в Україні

Показники росту	2018	2019	2020
Світовий ВВП	3,5%	2,8%	-4,4%
Світовий ринок геймдев	13,1%	5,6%	9,3%
ВВП України	3,4%	3,2%	-7,2%
Український ринок геймдев	12,4%	5,5%	13,5%

Джерело: за даними [4; 5]

У кризовому 2020 році, коли світова економіка в цілому, та українська економіка, зокрема, отримали болючий удар, спричинений епідемією COVID-19, ігрова індустрія продовжує демонструвати і навіть покращує показники росту. Такий дисонанс і різнонаправленість трендів є водночас як і дещо несподіваними, так і цілком логічними, враховуючи специфіку галузі та її споживацькі особливості.

Для України, можливо, найбільшою перевагою геймдеву є його майже 100-відсоткова інтегрованість і практично автоматична масштабованість у світовий ринок – не настільки важливо де і в яких економічних умовах відбувається розробка гри, оскільки через систему ігрових платформ готовий продукт одразу потрапляє на глобальний ринок. Це дозволяє продовжувати успішно працювати в умовах локальних криз, завжди маючи платоспроможний цільовий ринок у сотні мільйонів або навіть мільярди потенційних покупців-користувачів.

Отже, геймдев є порівняно молодим напрямком в світовій і відповідно у вітчизняній економіці, але показники доходів, їх тренди, динамічне зростання попиту – для інвесторів, високі зарплати та комфортні робочі умови – для працівників, роблять цей ринок надзвичайно привабливим.

1. Сахно К. Уточкін В. Игровая индустрия: геймдев (gamedev) hsbi.hse.ru: вебсайт. URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/igrovaya-industriya-geymdev> (дата звернення: 22.03.2021). 2. Marchand A. Hennig–Thureau T. Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefits, and Research Opportunities. *Journal of Interactive Marketing*. 2013. № 27. P. 141–157. 3. Wijman T. The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. newzoo.com : вебсайт. URL: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023> (дата звернення: 22.03.2021). 4. Піралова О. Ф., Герасіменко С. А., Кузнецов В. В. та ін. Gaming Industry Trends in new Generation Specialist Training in University Environment. *Journal of Environmental Treatment Techniques*. 2020. № 3. С. 1132–1135. 5. Game Development in Ukraine: Key industry players 2018. UNIT.CITY : вебсайт. URL: <https://42.unit.city/gamedev/update2018> (дата звернення: 22.03.2021). 6. Ukraine Market Detail. Newzoo : вебсайт. URL: <https://platform.newzoo.com/explorer/market/Ukraine/overview> (дата звернення: 22.03.2021). 7. Карпенко О. В 2018 году украинцы потратили на видеоигры почти \$180 млн. AIN.UA: вебсайт. URL: <https://ain.ua/2019/01/25/180-mln-na-videoigry> (дата звернення 22.03.2021).

Дягель Н. В., студентка, **Костриченко В. М.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АКТУАЛЬНІ РОЗРАХУНКИ РЕЗЕРВІВ ІНТЕНСИВНОГО ХАРАКТЕРУ В ОБГРУНТУВАННІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ

У сільському господарстві земля виступає не тільки просторовим базисом для розміщення виробничих споруд, а й водночас є предметом праці, засобом праці та основним засобом виробництва. Особливості землі як засобу праці пов'язані з її родючістю. На відміну від інших факторів виробництва однією з важливих властивостей землі є її обмеженість. Це актуалізує не тільки для України, а і для інших країн світу питання щодо оптимізації земельних ресурсів та їх раціонального використання.

Теоретичні і прикладні аспекти щодо організації використання та підвищення ефективності використання земельних ресурсів досліджено в наукових працях учених землевпорядників. Проте, проблеми щодо раціоналізації використання сільськогосподарських угідь не втрачають своєї актуальності та потребують подальших досліджень.

Ефективне використання сільськогосподарських угідь полягає, перш за все, в отриманні високих урожаїв сільськогосподарських культур при мінімальних затратах на одиницю продукції та збільшення продуктивності (родючості) землі, відтворення корисних властивостей ґрунтового покриву. Найважливішими факторами підвищення ефективного використання сільськогосподарських угідь є такі: розширене відтворення родючості ґрунту за рахунок засобів швидкого та довгострокового впливу на нього, регулювання водного режиму, боротьба з переушільненням ґрунтів, боротьба з бур'янами та шкідниками сільськогосподарських культур, вапнування кислих та гіпсування засолених ґрунтів тощо.

Збільшення доходів сільськогосподарського підприємства за рахунок оптимізації та підвищення ефективності використання земельних ресурсів пов'язано з реалізацією резервів екстенсивного та інтенсивного характеру [1, С. 218].

Екстенсивні резерви пов'язані зі збільшенням розмірів землекористування: додаткова оренда; купівля додаткових угідь; трансформація угідь. Планувати збільшення площі землекористування доцільно тим сільськогосподарським підприємствам, які досить ефективно використовують наявні угіддя й мають фінансові, трудові, матеріальні ресурси для господарювання на додаткових площах.

Реалізація резервів інтенсивного характеру стає для сільгоспвиробників домінуючою стратегією. Такі резерви пов'язані з пошуком можливостей підвищення показників ефективності використання земельних ресурсів, а саме: підвищення урожайності сільськогосподарських культур; збільшення щільності поголів'я тварин на 100 га угідь; меліоративні заходи;

запровадження раціональних сівозмін; інші агротехнічні заходи, зокрема, використання наукоємних та трудомістких технологій безполицевого обробітку з поєднанням прийомів обробітку ґрунту із сівою в єдиному технологічному циклі та агрегаті, здебільшого у поєднанні з локальним внесенням добрив, що виключає оранку ґрунту, забезпечує збереження вологи та структури ґрунтового покриву та інші.

Актуальними для сільськогосподарського підприємства є розрахунки внутрішніх резервів підвищення урожайності основних культур за рахунок інтенсивних факторів, а саме: додаткового внесення мінеральних добрив, додаткового внесення органічних добрив, дотримання оптимальних строків посіву, дотримання оптимальних строків збирання врожаю, використання більш урожайних районованих сортів і гібридів вирощуваних культур, удосконалення структури посівів, дотримання сівозміни, застосування інтенсивних технологій вирощування культур, підвищення кваліфікації працівників [2; 3].

Важливим резервом підвищення ефективного використання землі є зменшення собівартості продукції, підвищення її якості, що дасть можливість більше отримати прибутку в цілому і в розрахунку на один гектар ріллі [4, С. 100]. В таких розрахунках особливе значення має поділ витрат на прямі (пов'язані з виробництвом конкретного виду продукції) і непрямі (пов'язані з організацією виробництва і управлінням), а також на постійні витрати (які не залежать від обсягу виробництва продукції) і змінні витрати (які змінюються в залежності від обсягу виробництва). Такий поділ витрат дає можливість визначати точку беззбитковості виробництва і сприяє посиленню режиму економії за прямими витратами. Враховуючи, що оперативний облік ведеться за калькуляційними статтями витрат, це дозволить віднайти резерви зменшення витрат на виробництво та зниження собівартості сільськогосподарської продукції.

1. Глінкіна Д. В. Показники економічної стабільності виробництва продукції рослинництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 1. С. 217–220.
2. Могилат М. Г. Стратегія ефективного використання земель сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Полтава, 2016. 23 с.
3. Лазеба Є. С. Підвищення ефективності використання земель сільськогосподарського призначення в Україні. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3062> (дата звернення: 01.04.2021).
4. Збарський В. К. Економіка сільського господарства : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / за ред.: В. К. Збарського, В. І. Мацибори. К. : Каравела, 2010. 280 с.

Калетник О. В., аспірант, **Нікітенко Д. В.,** д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Інноваційна активність підприємств є не тільки характерним показником інноваційної діяльності в країні, а й одним з основних індикаторів економіки знань, тому доречно дослідити її детальніше. За даними Державної служби статистики України, за період, що досліджується, суттєво скоротилась кількість українських підприємств, що займалися інноваційною діяльністю (таблиця).

Таблиця

Впровадження інновацій на промислових підприємствах,
2015–2019 рр. [4]

Показники	2015	2016	2017	2018	2019
Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств, %	15,2	16,6	14,3	15,6	13,8
Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів, одиниць	1217	3489	1831	2002	2318
З них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів	458	748	611	926	8557
Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), одиниць	3136	4139	2387	3843	2148
З них нових видів машин, обладнання	966	1305	751	920	760
Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %	1,4	4	0,7	0,8	1,3

Аналізуючи отримані дані можна зробити висновок про те, що частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств у 2019 році скоротилась на 1,4% в порівнянні з 2015 роком. Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів зросла на 1101 одиниць. З них показник нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів тж суттєво збільшився на 8099 одиниць. Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг) у звітному році зменшився в порівнянні з базовим на 988 одиниць, з них нових видів машин, обладнання на 206 одиниць. Підсумовуючи вище зазначені результати можна показником частки обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів,

послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств у 2019 році, який у порівнянні з 2015 роком дещо знизився, а саме з 1,4% до 1,3%.

У цілому питома вага інноваційно активних підприємств в Україні складає 28,1% – 8173 з 29129 підприємств. За останнє десятиріччя кількість інноваційно активних підприємств зросла на 534 і складає 106,9% у період 2016–2018 рр. у порівнянні з 2008–2010 рр. За видами економічної діяльності найбільша питома вага інноваційно активних підприємств у сфері фінансової та страхової діяльності (38,3%), наукових досліджень та розробок (37,4%). Висока частка інноваційної діяльності на підприємствах переробної промисловості (кожне третє підприємство). Натомість найнижчий показник у підприємств сфери транспортного, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності (15,5%), а також водопостачання, каналізації та поводження з твердими побутовими відходами (15,8%) [1].

В Україні спостерігається суттєва диференціація інноваційних процесів у регіонах, що пов'язано з різним рівнем соціально-економічного розвитку та структурними особливостями економіки. Передові позиції в рейтингу інноваційної активності займають регіони, центрами яких є міста-мільйонники з розвинутою економікою.

В умовах сьогодення на підприємствах в Україні відбувається активізація інноваційної діяльності та спрямування зусиль на проведення НДР власними силами з метою розробки нових чи удосконалення існуючих продуктів і процесів. Разом з тим, інноваційна діяльність вітчизняних підприємств зосереджена на імпорті іноземних технологій та обладнання, що вказує на потребу модернізації виробничого процесу та подолання високого ступеня зносу основних засобів на вітчизняних підприємствах [2].

Інноваційна діяльність вітчизняних підприємств спрямована передовсім на реалізацію маркетингових та організаційних інновацій, які характеризуються незначною затратністю у порівнянні з технологічними інноваціями. Незначна кількість підприємств, інноваційна діяльність яких спрямована на створення продуктових новацій, пов'язана з високими ризиками їх комерціалізації та відсутністю ефективної взаємодії у системі «бізнес – держава – наука».

Результати аналізу світового практичного досвіду підтверджують, що найбільш ефективними заходами підтримки інноваційної діяльності підприємств є [3]:

- інвестиційні знижки з податку на прибуток у розмірі, який відповідає певній частці від вартості впровадженого інноваційного устаткування;
- знижки з податку на прибуток у розмірі витрат на НДДКР;
- віднесення до поточних витрат сум витрат на окремі види устаткування, що використовується у наукових дослідженнях;
- створення за рахунок прибутку інноваційних фондів спеціального призначення, які не оподатковуються податком прибуток;

- запровадження оподаткування прибутку інноваційно-активних підприємств за зниженими ставками (для невеликих підприємств);
- «податкові канікули» протягом декількох років на оподаткування прибутку, отриманого від реалізації інноваційних проєктів;
- запровадження податку на виведений капітал замість податку на прибуток підприємств.

Таким чином, вдосконалення інноваційної діяльності малих і середніх підприємств є необхідним та актуальним напрямом для ефективного розвитку української економіки. Саме цей сектор складає більшість підприємств, швидко адаптується до нових умов, тому він може стати перспективою активізації інноваційної діяльності.

Сучасний стан економіки вимагає ефективного функціонування малих та середніх підприємств, зростання інноваційної активності за допомогою вдосконалення законодавства, підтримки науково-дослідницьких робіт та залучення фінансування для реалізації інноваційних розробок. Це, в свою чергу, буде сприяти збільшенню конкурентоспроможності та посиленню позицій на ринку.

1. Ніkitенко Д. В. Інвестиційна безпека України: сутність та інституціональне забезпечення : монографія. Рівне : НУБГП, 2018. 376 с. **2.** Varnalii Z., Romanyuk D., Nityenko D. Tax incentives and leverage of small and midsize business development: the EU and Ukraine. Development of small and medium enterprises: the EU and East-partnership countries experience: monograph / Edited by Igor Britchenko and Yevheniia Polishchuk. Tarnobrzeg : Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego, 2018. P. 73–90. **3.** Приймак В., Романишин В. Інноваційна діяльність підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій. Бізнес-інновації. Вісник КНТЕУ. 2019. № 3. С. 98–113. **4.** Державна служба статистики : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.03.2021).

Ковшун Н. Е., д.е.н., професор, **Гураль Н. В.**, аспірантка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КІБЕРБЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний світ швидко розвивається. Цифрування даних та діджиталізація активно інтегруються в усі сфери діяльності людини. Застосування новітніх електронних технологій у загальноекономічних процесах дає можливість оптимізувати виробничі потужності, спростити і контролювати документообіг, постійно вдосконалювати методи прийняття управлінських рішень. Сучасні електронні комунікації, інформаційні технології та передові системи зв'язку відкривають широкі можливості раціоналізації системи взаємовідносин підприємств з клієнтами, контрагентами та державою. Особливо актуальним в умовах пандемії, локдауну, дистанційної роботи постає питання безпеки інтернет зв'язку.

В таких динамічних умовах для успішної протидії загрозам економічної безпеки підприємств необхідно створивши комплексну систему фінансово-економічної безпеки, що буде захищати від небезпек різних напрямків.

Можна стверджувати, що економічна безпека характеризує поточний стан захищеності найважливіших інтересів підприємства від нечесної конкуренції, надмірного тиску з боку контролюючих органів, некомпетентних рішень, недосконалої нормативної бази, а також здатність підприємства до протистояння цим загрозам [2].

Більшість вчених виокремлюють наступний перелік функціональних складових системи фінансово-економічної безпеки підприємств:

- фінансова – фінансова стійкість, реалізація фінансових інтересів;
- правова – дотримання чинного законодавства, юридична підтримка;
- технологічна – оптимізація витрат ресурсів, технологічний розвиток;
- інформаційна – представлення підприємства, захист інформації;
- екологічна – дотримання чинних екологічних норм;
- кадрова – забезпеченість підприємства кадровими ресурсами;
- інтелектуальна – збереження і розвиток інтелектуального потенціалу;
- силова – забезпечення фізичної безпеки працівників, майнових та фінансових ресурсів.

У сучасних умовах до складових економічної безпеки підприємства необхідно також віднести кібербезпеку. Згідно закону України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» кібербезпека являє собою захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави під час використання кіберпростору, за якої забезпечуються сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національній безпеці України у кіберпросторі [1].

Практичне відокремлення кібербезпеки від інформаційної безпеки, а також входження в науковий обіг поняття “кіберпростору”, пов’язується з прийняттям у 2000 році «Окінавської хартії глобального інформаційного суспільства», яка розглядається світовою спільнотою як “конституція” інформаційного суспільства. У хартії зазначається, що зусилля міжнародного співтовариства, спрямовані на розвиток глобального інформаційного суспільства, мають бути скоординованими, щоб забезпечити безпечний та вільний від злочинності кіберпростір [3].

Використовуючи кіберпростір, хакери можуть зламати захищені мережі та отримати необхідну інформацію, тому необхідно спрямувати зусилля на забезпечення кібербезпеки, використовуючи такі методи:

- запобігання – доступ до інформації та технології надається тільки для персоналу, який отримав допуск та має відповідні фахові навички;
- виявлення – забезпечується раннє виявлення злочинів і зловживань, навіть якщо механізми захисту були обійдені;
- обмеження – зменшується розмір втрат, якщо злочин все-таки відбувся, незважаючи на заходи щодо його запобігання та виявлення;
- відновлення – забезпечується ефективне відновлення інформації за наявності документованих і перевірених планів з відновлення [4].

Таким чином, питання визначення і обґрунтування кібербезпеки як підсистеми економічної безпеки вимагає вивчення і класифікації загроз у кіберпросторі, з’ясування багатофункціональності і багатовимірності предметного поля кібернетичної безпеки на підставі розгалуження її функцій, класифікації і визначення об’єктів, що потребують захисту.

Теоретичне підґрунтя надає підстави для подальшого вдосконалення технічного і криптографічного захисту інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах, як однієї з найважливіших функцій захисту кіберпростору. Підприємствам необхідно більше уваги приділяти питанню кібербезпеки та інвестувати в кібербезпеку, щоб запобігати атакам і протистояти намірам дестабілізувати суспільство.

1. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України від 05.10.2017 р. № 2163-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2017. № 45. Ст. 403.
2. Горбаченко С. Кібербезпека як складова економічної безпеки України. *Галицький економічний вісник*. 2020. Том 66, № 5. С. 180–186.
3. Горлинський В., Горлинський Б. Кібербезпека як складова інформаційної безпеки України. *Information Technology and Security*. 2019. Vol. 7, Iss. 2 (13). Р. 136–148.
4. Кібербезпека як важлива складова всієї системи захисту держави. Офіційний вебсайт Міністерства оборони України. URL: <https://www.mil.gov.ua/ukbs/kiberbezpeka-yak-vazhлива-skladova-vsiei-sistemi-zahistu-derzhavi.html> (дата звернення: 16.03.2021).

БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ЗНИЖЕННЯ ОКРЕМИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ

Одним із вихідних постулатів підприємницької діяльності є нерозривність її з ризиками, загальний комплекс яких є дуже різноманітним як за сферами прояву і причинами виникнення, так і за масштабами впливу та можливостями мінімізації. В цьому контексті особливо цікавим з точки зору можливості зниження шкідливого впливу є ризик цінних коливань як на ресурси так і на готову продукцію. Даний вид ризику є цікавим для ризик менеджменту: по-перше, тому що в більшій чи меншій мірі проявляється в усіх видах підприємництва, по-друге, в силу дії економічних законів попиту і пропозиції може спричиняти інші ризики (такі як скорочення обсягів продажу внаслідок падання попиту або зменшення прибутку внаслідок зростання собівартості продукції), по-третє, цей вид ризику носить спекулятивний характер, який проявляється в тому, що результат коливань може призвести як до виникнення втрат так і до отримання додаткової вигоди. Останнє власне є аргументом для того, щоб використовувати лише ті інструменти ризик-менеджменту, які дозволять зберегти можливість виграшу від деяких кон'юнктурних змін.

Одним із найбільш вдалих інструментів, які б справились з таким завданням є різновид непрямого страхування, що носить назву – хеджування. У практиці фінансового менеджменту цей термін вживається для позначення різних методів нейтралізації ризиків зміни цін на окремі елементи активів (страхування валютного ризику, ризику падіння курсу цінних паперів чи зміни цін на готову продукцію або сировину та матеріали). За визначенням хеджування – це метод непрямого страхування цінного ризику за допомогою угод, укладених на біржі (товарній, фондовій). Механізм хеджування ризиків полягає у здійсненні таких зустрічних операцій з купівлі-продажу активів, які певною мірою розподіляють цінний ризик між покупцем і продавцем, а біржа при цьому виступає в якості посередника. Хеджування може бути твердим і умовним.

До хеджування твердих контрактів належать форвардні, ф'ючерсні та аналогічні їм контракти. До хеджування умовних контрактів належать опціони та аналогічні їм контракти. В загальному вигляді характеристика основних видів контрактів, що можуть використовуватись в цих цілях представлена в таблиці.

Перші два види біржових угод здійснюються на початковій стадії операції щодо страхування цінного ризику, а третій їх вид – на стадії завершення. Принцип операції хеджування оснований на тому, що якщо її учасник має фінансові втрати через зміни цін як продавець реального товару або цінних паперів, то він виграє в тих же розмірах як покупець

ф'ючерсних контрактів на таку ж кількість товару або цінних паперів і навпаки. В зв'язку з цим, на біржовому ринку розрізняють два види операцій страхування цінового ризику – хеджування купівлею і хеджування продажом ф'ючерсних контрактів.

Таблиця

Основні фінансові інструменти хеджування ризиків

Вид контракту	Механізм зниження ризиків
Форвардний контракт	Інструмент хеджування ризиків, який полягає в укладанні контракту, що засвідчує зобов'язання особи придбати (продати) цінні папери, товари або кошти у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін такого продажу під час укладання такого форвардного контракту
Ф'ючерс	Інструмент хеджування ризиків, який полягає в укладанні контракту, що засвідчує зобов'язання з купівлі (продажу) відповідної кількості базового активу (цінних паперів, товарів, валютних цінностей) у встановлений час та на визначених умовах у майбутньому з фіксацією ціни активу на момент виконання зобов'язань сторонами контракту; розрізняють товарні ф'ючерси та фінансові
Опціон	Інструмент хеджування ризиків, стандартний контракт, що дає його власнику право (але не зобов'язання) купити або продати цінні папери, товари або валютні цінності за визначеною ціною протягом встановленого періоду
Своп	Інструмент хеджування ризиків, зміст якого полягає у здійсненні обмінної операції, за якої контракт на придбання (продаж) певної кількості цінних паперів, товарів, коштів або фінансових інструментів супроводжується контрактом на зворотний їх продаж (придбання) на певну дату в майбутньому

Операція хеджування вимагає здійснення трьох біржових угод:

- купівлі (продажу) реального товару або цінних паперів з поставкою в майбутньому періоді;
- продажу (або, відповідно, купівлі) ф'ючерсних контрактів на аналогічну кількість товарів або цінних паперів;
- ліквідацію позиції за ф'ючерсними контрактами в момент поставки реального товару або цінних паперів шляхом укладання зворотної (офсетної) угоди.

При застосуванні вказаних фінансових інструментів (див табл.) слід враховувати, що вони можуть використовуватися як з метою нейтралізації ризиків зміни цін на окремі позиції активів, так і в спекулятивних цілях. Фінансовий інструмент використовується як хеджування і враховується в цій якості, якщо:

- точно визначена позиція активів, за якою існує ризик втрат від зміни цін і яку підприємство з цієї причини хеджує;
- фінансовий інструмент точно визначений як хедж у момент його придбання або продажу;
- існує зворотна залежність між зміною ціни на актив і зміною ціни на інструмент, визначений як хедж, у результаті чого ризик втрат від зміни цін на активи суттєво знижується.

Якщо фінансовий інструмент не задовольняє цим вимогам, він визначається як спекулятивний.

1. Васильєва В. В., Васильченко О. Р. Фінансовий ринок : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 368 с. **2.** Гарницький А. О. Страхування валютних ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні. *Управління розвитком*. 2011. № 11 (108). С. 106–108. **3.** Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку. Київ : КНЕУ, 2004. 468 с.

Петрук І. Р., к.е.н., доцент, **Петрук В. А.,** к.т.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ

У сучасному світі туризм належить до найпотужніших і найдинамічніших галузей економіки та регіонального розвитку. За даними Всесвітньої туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9% і близько 30% у світовому експорті послуг та 6% від обсягів світової торгівлі. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету. Однією з головних ознак світового туризму на сучасному етапі є його сталий розвиток, концепція якого успішно реалізується у багатьох країнах світу. Щодо України, то за умов наявності унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатой флори та фауни, різноманітних зон відпочинку, які виступають одним із чинників сталого розвитку туризму, спостерігається критично низький рівень їх освоєння, експлуатації та віддачі. Не є виключенням і Рівненська область, хоча вона була і є туристичним регіоном.

Адже Рівненщина має доволі значний рекреаційний потенціал різноманітних природних рекреаційних ресурсів (кліматичних, біологічних, гідрологічних, ландшафтних, джерел мінеральних вод, лікувальних грязей тощо), який здатен задовольнити різноманітні потреби як вітчизняних, так й іноземних туристів.

Рівненщина подарувала світу Пересопницьке Євангеліє, на якому присягають на вірність українському народові президенти України, першу у східних слов'ян академію в Острозі, Острозьку типографію і перший український «Буквар». На Рівненщині, між селами Пляшева та Острів знаходиться Національний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестецької битви» – основний меморіальний комплекс козацької слави України де в 1651 році відбулася битва між козацько-селянським військом гетьмана Богдана Хмельницького та польською шляхтою.

Становлення туристичної галузі на Рівненщині має важливе значення і для соціально-економічного розвитку області. Зокрема, внесок туристичних підприємств у розбудову економіки проявляється у вигляді економічного і соціального ефектів від їх функціонування. Економічний ефект проявляється у величині надходжень до бюджетів обласного та державного значення, обсягах інвестиційних вкладень у розбудову інфраструктури галузі; а соціальний – у покращенні добробуту суспільства (зменшення рівня безробіття, збереження та відновлення природного потенціалу області та історико-культурної спадщини, підвищення життєвого рівня населення тощо). З цією метою в області функціонує існує широка інфраструктура культурних закладів, понад 3000 пам'яток історії, культури та архітектури,

регіон зберіг автентичну історико-культурну спадщину Полісся і Волині, що дозволяє розвивати рекреаційний, історичний, екологічний та інші види туризму [5].

Туристична галузь у стратегії розвитку Рівненської області до 2027 року є однією з пріоритетних. Вона включає в себе промоцію регіону через активізацію спортивного, подієвого, історичного та гастрономічного туризму, агротуризму у «зелених садибах», і стилізованих етнопоселень, де можна навчитися давніх ремесел, і веломаршрутів, котрі з кожним роком облагороджують й розбудовують. На часі – відкриття нових продуктів та об'єктів для мандрівників. Їх об'єднала «Рівненщина туристична». Основними цілями визначено розширення асортименту туристичних продуктів, роботу над підвищенням потенціалу надавачів туристичних послуг, промоцію туристичних продуктів. Туристично успішними для розвитку Рівненщини можуть стати – мультифункціональна арена на вулиці Макарова у Рівному, Міжнародний аеропорт «Рівне», туристичний комплекс «Дубенський замок», Тараканівський форт, науково-інноваційний парк INN CITY на базі Національного університету водного господарства.

Проте, маючи значні природні ресурси, Рівненська область не використовує їх належним чином для розвитку туристичного сектора економіки. Вважається, що нереалізований туристичний потенціал як Рівненської області так і України в цілому є значно більшим за його реалізовану частину. Результати наукових праць вітчизняних дослідників [1, 2, 3, 4] дозволили виявити основні проблеми сталого розвитку туристичної індустрії, які потребують невідкладної державної підтримки та регулювання, а саме:

- нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту на Сході;
- складна економічна, соціально-культурна ситуація в країні;
- недоліки регіонального регулювання галузі туризму;
- недосконале та несприятливе для розвитку туризму нормативно-правове забезпечення;
- відсутність скоординованої висококваліфікованої системи заходів з просування туристичного продукту на світовий ринок;
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;
- нерегульований механізм стимулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури та її невідповідність світовим стандартам;
- невідповідність вимогам закордонних і вітчизняних туристів транспортної структури тощо.

Крім цього, туризм як багатогалузеве та багатофункціональне явище-феномен характеризується найвищим ступенем еластичності від природних

(екологічних), загальноекономічних, соціальних і політичних змін у конкретному регіоні та країні.

Пандемія коронавірусу та карантин змінили плани багатьох людей. Внаслідок запровадження карантину від березня 2020 року відбулося падіння туристичного потоку на 75%, що спричинило втрату 2% ВВП країни за рахунок сукупних втрат сфери культури, креативних індустрій та туризму, які недоотримали більше 83 млрд грн доходу. Середня завантаженість готелів впала з 50% до 20%. Середні втрати доходу за 1 вікенд склали – 119,77 млн грн. Крім того, втрати в робочій силі та доходах відкидають галузі туризму і культури на рівень 2010 року. Локдаун туризму, культури та креативних індустрій може призвести до втрати близько 10% ВВП протягом найближчих 5 років.

Отже, переваги становлення і розвитку туризму в містах й на територіях їхнього розташування очевидні. Окрім збільшення кількості робочих місць, це впровадження туристичних продуктів, що якнайкраще характеризуватиме область, також збільшення платоспроможності та життєвого рівня населення місцевості. А це, в свою чергу, спричинить підвищення прибуткової частини бюджету та видатків на історико-культурне відродження міст і регіону в цілому. Без сучасних інвестиційно привабливих, гнучких, клієнтоорієнтованих підприємств, неможлива успішна інтеграція у світовий економічний простір, підвищення добробуту народу, розвиток інноваційної економіки, сталий розвиток територій. Тому, на сучасному етапі, розвиток ринку туристичних послуг заслуговує на особливу увагу з боку керівництва області і відповідних підприємств.

Туристична галузь на Рівненщині, хоч і повільними кроками, все ж збільшує свої показники. І саме від того, яким шляхом надалі піде розвиток значно залежить її майбутнє, майбутнє економіки Рівненської області та України в цілому.

1. Божко Л. Д. Проблеми розвитку сталого туризму в Україні в умовах глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2014. № 2. С. 43–50.
2. Грянило А. В., Мацур Н. І. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Фінансовий простір*. 2013. № 4. С. 144–148.
3. Григор'єва Я. В. Проблемні аспекти розвитку туризму в Україні. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Сер. Економічна*. 2011. Вип. 2. С. 118–126.
4. Павленко Л. В. Сучасний стан і проблеми розвитку туризму в Україні. *Управління розвитком*. 2013. № 15. С. 104–107.
5. Департамент екології та природних ресурсів Рівненської облдержадміністрації: вебсайт. URL: <http://www.ecorivne.gov.ua> (дата звернення: 27.11.2020).

Попенко В., студент

Науковий керівник: Лесняк О. Ю., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВРОВАДЖЕННЯ ТЕХНІЧНИХ РЕГЛАМЕНТІВ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Весь історичний розвиток людства супроводжується принципами стандартизації. Необхідність співіснування в суспільстві призвела до гармонізації норм поведінки, ритуалів, традицій, появи мови, одиниць вимірювання та інших. Жодне суспільство не може існувати без узгоджених норм та регламентів, які регулюють правила, процеси, методи виробництва і контролю продукції, а також гарантують безпеку життя, здоров'я і людини і навколишнього середовища. Стандартизація – це саме та діяльність, яка виконує ці функції. Можна розрізнити стандартизацію еволюційну та регульовану державою. Еволюційна стандартизація зародилася в стародавні часи. Писемність, система числення, грошові одиниці, одиниці виміру і ваги, хронологія, землеволодіння, архітектурні стилі, різні гіпотези і теорії, соціальні та кримінальні кодекси, кодекси трудового законодавства, міжнародні звичаї і конвенції, всі закони і моральні норми, правила співіснування і багато іншого – все це прояви еволюційної стандартизації. Вона розвивалася поступово, її успіхи сприяли культурному, науковому, технічному і економічному прогресу на всіх рівнях цивілізації. Стандартизація, ініційована державою, покликана випередити темпи еволюційної стандартизації і досягти таким чином конкурентних переваг на висококонцентрованих ринках.

Інтеграція України в світову економіку на рівноправній основі можлива тільки за умови використання міжнародних стандартів. Вступ України до СОТ відкрив вільний доступ на наш ринок іноземних компаній. Багато українських компаній через невідповідність міжнародним вимогам ризикують втратити ринки збуту. Вихід на зарубіжний ринок також може бути утруднений у зв'язку з тим, що одним з основних умов проведення тендерів на поставку продукції і послуг є наявність сертифікату відповідності системи менеджменту якості міжнародному стандарту ISO 9001. Зокрема, європейські компанії ділять своїх постачальників на 3 групи:

- абсолютно надійні (сертифікована система менеджменту якості ISO 9001);
- достатньо надійні (система менеджменту якості на стадії впровадження);
- ненадійні (системи менеджменту якості відсутні).

Використання системи управління безпечністю харчових продуктів дає численні значні переваги, в тому числі:

- забезпечує системний підхід, що включає в себе всі характеристики безпеки харчових продуктів від сировини до кінцевого продукту;
- дозволяє підприємствам перейти від тестування готової продукції до застосування заходів безпеки в процесі виробництва і реалізації;
- надає споживачам документально підтверджену впевненість у безпеці харчових продуктів;
- забезпечує зниження витрат, пов'язаних з відкликанням небезпечної продукції, штрафів, судових позовів;
- може бути інтегрованою в загальну систему управління якістю;
- дає переваги при виході продукції на міжнародний ринок.

Практичне впровадження принципів технічного регулювання та стандартизації процесів виробництва харчових продуктів в Україні передбачає налагодження складних процесів технологічного та документального характеру. Досягнення стандартів якості, прийнятих у міжнародній практиці, потребує значних інвестицій та концентрування людських ресурсів. Проте досягнення високих стандартів дозволить зайняти конкурентоспроможну позицію на внутрішньому ринку порівняно з іноземними виробниками. В першу чергу це стосується товарів вищої цінової категорії. При виробництві таких товарів новостворена вартість є вищою і дозволить досягнути вищої прибутковості. В свою чергу це дозволить відшкодувати інвестиційні вкладення та вийти на нові рівні ефективності. Крім цього, впровадженням протоколів дотримання міжнародних стандартів відкриває перед українськими виробниками перспективи виходу на експортні ринки, що дозволило б підвищити валютні надходження в країну. Загалом, впровадження систем контролю якості та сертифікації продуктів харчування матиме такі позитивні наслідки, як покращення економічної ситуації в країні та зміцнення продовольчої безпеки.

1. Крисанов Д. Системи технічного регулювання європейського союзу, України та митного союзу для агропродовольчої сфери: напрями їх зближення, можливості звуження невідповідності та зменшення асиметричності. 2014. *Економіст*. № 2. С. 4–10. 2. Герасим Ю. Й. Аналіз національної системи стандартизації і сертифікації у контексті угоди про асоціацію України та ЄС. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Сер. Економічні науки*. 2015. № 3 (80). С. 58–65. 3. Галкіна О. М. Адміністративно-правові засади забезпечення безпечності та якості харчових продуктів в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07. Харків, 2017. 23 с.

Шандалюк І. О., студентка, **Костриченко В. М.**, к.е.н., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

АДАПТИВНИЙ ПІДХІД В ОЦІНЮВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ АНТИКРИЗОВОЇ СТІЙКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Зміни та особливості функціонування економічних систем у посткризовому періоді та в умовах вітчизняного трансформаційного економічного середовища зумовлюють необхідність адаптації до цих умов чинних методів оцінювання антикризової стійкості. Науково-практична актуальність удосконалення процесів встановлення рівня останньої зумовлює розробку цілеорієнтованих методичних підходів її встановлення.

Формулювання адаптивного методичного підходу полягає у науковому аналізі та обґрунтуванні позитивних особливостей сучасних методичних напрацювань. Даний підхід описаний в наукових працях [1] стосовно економічної стійкості підприємства. На нашу думку, він в повній мірі може бути використаний і в дослідженні його антикризової стійкості.

Оцінювання антикризової стійкості представляє собою комплекс дій, які дозволяють встановити рівень, динаміку і тенденції зміни показників, що характеризують результати діяльності підприємства, тобто передбачає інтерпретацію показників, які описують економічне явище [2]. Використання в методичному підході визначення рівня економічної стійкості аналітичних та оціночних процедур потребує інтерпретації існуючого інструментарію в контексті економічної системи.

В основі сучасних міркувань встановлення рівня економічної стійкості – комплексний процес, який передбачає оцінку економічної системи. Адаптація методики оцінки передбачає залучення процедур, які потенційно спроможні забезпечити об'єктивне, своєчасне та обґрунтоване визначення рівня економічної стійкості підприємств. Сформовані методичні підходи можуть бути скориговані залежно від мети оцінки економічної одиниці [1]. Адаптивний підхід до оцінювання економічної стійкості, можна представити у вигляді алгоритму, який передбачає проходження ряду етапів.

На першому етапі оцінки економічної стійкості, який консолідує процедури оцінки та аналізу, доцільно скласти аналітичний баланс підприємства та оцінити його обсяги реалізації. Аналіз фінансових показників на первинному етапі оцінки є важливим для визначення дестабілізуючих факторів функціонування підприємства.

На наступному етапі оцінки економічної стійкості, який за змістом є аналітичною процедурою, передбачається аргументоване визначення основних підсистем, що забезпечують економічно стійке функціонування підприємства. Процес адаптивного формування складових економічної

стійкості доцільно визначати на основі таких принципів: комплексне та реалістичне відображення економічної стійкості підприємства; зрозумілість та простота в реалізації процесу аналізу.

Широкі можливості відкрились для маркетингової діяльності із техніко-технологічним розвитком економічного середовища. При цьому маркетингові ініціативи формують імідж підприємства та його продукції, а це є частина ділової репутації підприємства. Логістична складова може мати значну частку у структурі витрат підприємства, якщо специфіка діяльності потребує цього. Маркетингово-логістична складова ілюструє виконання фази переміщення товарів, фінансових чи інформаційних потоків для задоволення потреб споживачів. Урахування даних такого змісту особливо актуалізується в сучасних економічних умовах, оскільки вони впливають на рівень антикризової стійкості підприємства.

На третьому етапі передбачається формування бази показників для визначення рівня кожної складової стійкого функціонування підприємства. Конкретизація переліку коефіцієнтів для підсистем економічної стійкості не є завданням цього методичного підходу, а є обов'язковою умовою процесу реалізації оцінки економічної одиниці. Це зумовлено тим, що склад системи показників може коректуватися залежно від галузевих особливостей та від конкретної специфіки функціонування суб'єкта господарювання.

Завершальним етапом оцінки економічної стійкості підприємства є визначення інтегрального показника. Економічна стійкість як комплексна категорія для оцінки потребує такого інструментарію, який би дозволив у процесі оцінки враховувати низку її характеристик [1].

Оцінювання маркетингової складової антикризової стійкості за комплексом маркетингу може здійснюватися із використанням таких показників: ринкова частка підприємства; відносна ринкова частка підприємства; коефіцієнт зміни обсягів продажу; динаміка кількості покупців; динаміка кількості лояльних покупців; коефіцієнт відповідності попиту; коефіцієнт завершеності покупок; ефективність реалізації товарів у динаміці; рентабельність маркетингових інвестицій; розмір середнього чеку покупок; цінові стратегії компанії; кількість нових видів продукції та технологічних процесів, які впроваджувалися протягом трьох-п'яти років; рентабельність продаж у динаміці; рентабельність реалізованої продукції у динаміці; питома вага витрат на збут у загальних витратах; збутові стратегії підприємства; витрати на 1 грн чистої виручки від реалізації продукції; питома вага інноваційних видів продукції у загальній кількості [3].

Ринкова маркетингова стійкість може бути оцінена такими основними показниками: темпами розвитку ринку; динамікою місткості ринку, на якому діє компанія; динамікою відносно частки ринку; чотирьохчастковим показником концентрації ринку у динаміці; коефіцієнтом Херфіндаля-Хіршмана в динаміці; рівнем монополізації ринку; наявністю товарів-замінників на ринку.

Для оцінювання конкурентної маркетингової стійкості можна скористатися такими показниками, як: кількість конкурентів на ринку у динаміці; наявність та складність бар'єрів проникнення на ринок нових конкурентів; рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; кількість сильних сторін досліджуваного підприємства порівняно з основними конкурентами у динаміці; наявність конкурентних переваг; реакція конкурентів на дії, які здійснює досліджуване підприємство (конкурент, який не поспішає; тигровий конкурент, непередбачуваний та вибірковий конкурент); ринкова сила конкурентів; стратегії конкурентної боротьби (ринкові лідери, челенджери, послідовники, нішери).

Оцінювання споживчої маркетингової стійкості може здійснюватися за такими показниками, як: кількість сегментів споживачів, які обслуговує підприємство, у динаміці; розмір цільового ринку у динаміці; кількість споживачів, які лояльні до продукції підприємства та роблять повторні покупки; рівень задоволеності споживачів продукцією підприємства.

Здійснене оцінювання маркетингової стійкості підприємства є підставою щодо розроблення рекомендацій та заходів, які спрямовані на підвищення її рівня. Запропоновані дії можуть розроблятися для кожного виду маркетингової стійкості, оскільки вони у цьому разі будуть мати більший ефект [4].

1. Глушко О. В. Методичні основи оцінювання економічної стійкості підприємств. *Економічний аналіз*. 2013. Том 13. С. 281–287. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/129/184> (дата звернення: 01.04.2021). 2. Костриченко В. М., Ковальчук В. О. Обґрунтування кількісного та якісного оцінювання антикризової стійкості підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2020. Випуск 2 (90). С. 88–104. 3. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств. *Вісник КНУТЕ*. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2015/05/4.pdf> (дата звернення: 01.04.2021). 4. Белова Т. Г., Фільченкова Я. К. Маркетингова стійкість підприємства в ринковому середовищі та показники її оцінювання. *Вісник ПДАБА*. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/5039/Belova%20Tatiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 01.04.2021).

СУЧАСНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Андріюк А. О., студентка, **Оплачко І. О.**, к.е.н., старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

АВТОМАТИЗАЦІЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні умови розвитку підприємств меблевої галузі в Україні характеризуються трансформаційними й інтеграційними процесами, що зумовлюють мінливість та невизначеність середовища їх функціонування. У зв'язку з цим, все частіше увагу керівництва підприємств привертають інноваційні технології у загальному плані та новітні маркетингові інструменти. Пандемія COVID-19 у сукупності із впровадженими Урядом заходами щодо стримування та поширення вірусу, які негативно позначилися на показниках функціонування підприємств, особливо актуалізували використання маркетингових технологій в управлінні поведінкою споживачів, зокрема, впровадження/удосконалення CRM-систем підприємств, що дозволить оптимізувати їх управлінські та маркетингові процеси, в також активізацію SEO- та SMM-просування, з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Адже високий рівень взаємодії та дбайливе ставлення й управління поведінкою споживачів належать до найважливіших факторів, що допомагають підприємствам отримати довгострокову конкурентну перевагу та оптимізувати бізнес загалом.

CRM-системи (Customer Relationship Management, або управління відносинами з клієнтами) призначені для оптимізації бізнес-процесів із взаємодії з потенційними та наявними клієнтами підприємства. Якщо розглядати CRM-систему як набір технологій, то вона по суті є набором додатків, які зв'язані єдиною бізнес-логікою та інтегровані в корпоративне інформаційне середовище підприємства на основі єдиної бази даних. Часто паралельно з CRM-системою на підприємстві впроваджена ERP-система, або CRM-модуль входить в склад ERP II-системи. Програмне забезпечення системи управління взаємозв'язками з клієнтами дозволяє автоматизувати бізнес-процеси, пов'язані з маркетингом, продажами та обслуговуванням. Як результат – розробка персоналізованої пропозиції конкретному клієнту, яка пропонується йому в певний, сприятливий для угоди, час та передається йому найзручнішим для нього каналом комунікації. CRM-система забезпечує координацію дій різних підрозділів на основі загальної інформаційної платформи для взаємодії з клієнтами. Таке застосування дозволяє уникнути ситуації, коли відділи маркетингу, продажів та обслуговування діють окремо один від одного, узгодити їх дії та загальне бачення клієнта. Крім того, як і будь-яка інша інформаційна система, CRM

дозволяє значно пришвидшити потік інформації та зробити його достовірним, що, в свою чергу, збільшує оперативність реакцій на запити, швидкість обігу коштів та знижує витрати..

Ключем до успіху управління відносинами з клієнтами для вітчизняних меблевих підприємств є прийняття філософії CRM [2]. Вона передбачає зміни на підприємстві за п'ятьма основними напрямками: прийняття стратегії взаємовідносин з клієнтами; реструктуризація підприємства; зміна бізнес-процесів; зміна корпоративної культури; впровадження CRM-системи.

Основними критеріями вибору системи управління відносинами з клієнтами для меблевих підприємств є:

- масштаб діяльності підприємства (кількість користувачів, необхідний функціонал);
- універсальний або спеціалізований варіант системи;
- версія системи: хмарна чи коробкова;
- легкість у розумінні і використанні інтерфейсу програми;
- інтеграція з різними системами підприємства;
- збереження бази даних, її імпорт/експорт;
- технічна підтримка;
- мобільна версія;
- вартість впровадження і користування системою.

При виборі CRM-системи важливим є її тип. Типи CRM-систем поділяються за двома критеріями: 1) за видами обробки інформації: операційні, аналітичні, колаборативні; 2) за типом обслуговування та зберігання даних: локальні, хмарні.

Після визначення критеріїв вибору та типу CRM-системи, необхідно провести детальний аналіз ринку з метою обрання найоптимальнішого варіанту системи для впровадження на підприємстві. Результати аналізу представлених на ринку України основних систем управління взаємовідносинами з клієнтами представлено в таблиці.

Таблиця

Базова характеристика CRM-систем

CRM-система	Характеристика	Зберігання інформації	Тип підприємств
Бітрікс 24	Корпоративний портал орієнтований на взаємодію в середині підприємства з функціями CRM (задачі, чати, бізнес-процеси, облік робочого часу, звітність) за схемою SaaS. Витратний у впровадженні.	Хмарне, коробкове	Малі, середні, великі
1C: CRM	Надлаштування над 1C. Керування контактами, продажами, маркетингом і бізнес-процесами. Інтеграція з Outlook	Хмарне, коробкове	Малі, середні
CRM в BAS ERP	Формування стратегії відносин з партнерами, керування контактами, продажами, маркетингом і бізнес-процесами, BCG-аналіз, розширений аналіз показників роботи менеджерів	Хмарне, коробкове	Середні, великі

продовження таблиці

AmoCRM	SaaS CRM, що дозволяє вести контактну базу і облік угод. Недостатня кількість механізмів для внутрішньої взаємодії. Аналітика продажів та можлива синхронізація з хмарними програмами.	Хмарне	Малі, середні
MS Dynamics	Має інтерфейс типу Microsoft, повністю інтегрується з MS офіс, керування продажами, бізнес-процесами, маркетингом	Хмарне, коробкове	Малі, середні, великі
BPM-online від Terrasoft	Побудова бізнес-процесів продажів, управління маркетингом, автоматизація документообігу, відстеження результатів роботи, аналітичні звіти	Хмарне, коробкове	Середні, великі
Мегаплан	CRM-система для управління компанією, угодами, фінансами та ефективної організації робочих процесів	Хмарне	Малі, середні
Siebel	Повне керування продажами та використання виключно через браузер	Хмарне	Великі

Джерело: сформовано автором на основі [1; 3]

Кожне підприємство самостійно обирає CRM-систему відповідно до власних потреб. Для невеликих меблевих підприємств оптимальним варіантом є системи, що підходять для малих і середніх за розмірами підприємств та мають хмарний варіант зберігання даних, використання деяких з них з мінімальними можливостями є безкоштовним. Великим меблевим підприємствам ефективніше застосовувати системи, що мають коробкове зберігання даних, з метою збереження конфіденційності даних

Таким чином, автоматизація відносин з клієнтами є важливим чинником забезпечення ефективності діяльності меблевих підприємств в Україні. Переваги від упровадження CRM-систем витікають з точнішого розуміння потреб клієнтів, а також скорочення адміністративних витрат і збільшення обсягів продажів. В свою чергу, персоналізація потреб клієнтів дозволяє ефективніше задовольняти їх запити і якісніше впливати з використанням маркетингових інструментів на формування лояльності.

1. Міцкевич М. В., Ковальов Р. А. Впровадження CRM-систем управління в діяльність підприємства. *The intellectual development of humanity*. 2020. Вип. № 3. URL: <https://sworld.education/konfermd3/9.pdf> (дата звернення: 01.03.2021). 2. Українська асоціація меблевиків : вебсайт. URL: <https://uafm.com.ua> (дата звернення: 03.03.2021). 3. Яшкіна О. І., Сінковська В. М. Автоматизація управління відносинами промислових підприємств з використанням CRM-систем на базі платформи "1С підприємство". *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 1 (4). С. 44–60.

Виховська В. О., студентка, **Адасюк І. П.**, к.е.н., старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ПОБУДОВА ОРГАНІЗАЦІОНОЇ СТРУКТУРИ МАРКЕТИНГОВОГО ВІДДІЛУ

Запорукою успіху будь-якої фірми на ринку є вміння раціонально побудувати організаційну структуру управління, елементи якої сприяли б ефективному функціонуванню і розвитку підприємства. Маркетинговий відділ сьогодні є невід’ємною частиною будь-якої організаційної структури, де між учасниками розподілено функціональні обов’язки, підпорядкованість головним менеджерам та керівництву.

Розглянемо побудову організаційної структури маркетингового відділу на прикладі ТОВ «Пежо Сітроен Україна» (рисунок) [2]. За типом вона є лінійною, очолює її директор з маркетингу, якому підпорядкований керівник відділу комунікаційних цифрових технологій брендів та вісім підлеглих осіб.



Рисунок. Організаційна структура відділу маркетингу ТОВ «Пежо Сітроен Україна» [2]

Кожен учасник організаційної структури відділу маркетингу виконує наступні функціональні обов’язки:

1. Директор з маркетингу – контроль, управління маркетинговими процесами чотирьох брендів, прийняття рішень щодо стратегій, маркетингових планів, ухвалення рішень маркетингологів, участь у засіданнях директорів тощо.

2. Керівник відділу комунікацій та цифрових технологій – контроль та участь у проектах, розробка та генерація ідей рекламних кампаній, матеріалів та ескізів, участь у щоденних нарадах щодо порядку денного,

конференціях, семінарах; несе відповідальність за усю рекламну активність чотирьох брендів, а особисто керує такими брендами – повністю «Opel» та частково «Peugeot».

3. Діджитал та CRM менеджер брендів «Citroën» та «DS» – управління та контроль клієнтської бази у системі CRM, формування звітності у паперовій формі, у вигляді презентацій та інфографіки, створення рекламної активності та ведення кампаній брендів «Citroën» та «DS» в Інтернет-середовищі, управління корпоративного сайту, соціальних мереж та інших промосторінок, ведення аналітичної статистики, модерація сайту відгуків, співпраця з підрядниками (технічна підтримка налаштувань сайтів), участь у щоденних нарадах, проведення виставок та дилерських конференцій.

4. Менеджер з маркетингових комунікацій брендів «Citroën» та «DS» – створення рекламних кампаній, ескізів та макетів банерів, створення та замовлення паперових рекламних матеріалів, брендovаних елементів (ліфлети, каталоги, буклети, папки, ручки, блокноти), ведення статистичної звітності, участь у нарадах, конференціях, семінарах, співпраця з підрядниками та дилерськими центрами.

5. Діджитал та CRM менеджер бренду «Peugeot» – управління та контроль клієнтської бази у системі CRM, формування звітності у паперовій формі, у вигляді презентацій та інфографіки, створення рекламної активності бренду «Peugeot» в Інтернет-середовищі, управління та налаштування корпоративного сайту та інших промосторінок, соціальних мереж, ведення статистики, модерація сайту відгуків, співпраця з підрядниками.

6. Менеджер з маркетингових комунікацій бренду «Peugeot» – створення рекламних кампаній, планування довго- та короткострокових стратегій, цілей кожної кампанії, розвиток бренду, створення ескізів та макетів банерів, створення та замовлення паперових рекламних матеріалів, брендovаних елементів (ліфлети, каталоги, буклети, папки, ручки, блокноти), ведення статистичної звітності, аналіз отриманих результатів та витрачених зусиль, участь у нарадах, конференціях, семінарах, співпраця з підрядниками та дилерськими центрами, реалізація креативів, узгодження ідей з вищим керівництвом, тестування рекламних матеріалів тощо;

7. PR та BTL-менеджер (BTL – з англ. below the line – нижче або під лінією – відповідна рекламна активність) – зустрічі з журналістами, блогерами та інфлюенсерами задля стимулювання збуту напряду, підготовка різноманітних виставок, зустрічей, конференцій, семінарів, організація тест-драйвів на прес-паркових авто, створення та розвиток сприятливого враження та іміджу компанії та її брендів, формування лояльності споживачів, написання та випуск прес-релізів, контакти зі ЗМІ, постійний аналіз інформації, пошук трендів автомобільного ринку розробка комунікаційної стратегії, публічні виступи.

8. Фліт-менеджер, або управляючий корпоративними автомобілями (авто прес-парку), призначеними для розпорядження та використання у цілях компанії – підготовка та видача авто на тест-драйв журналістам, своєчасний технічний огляд та ремонт, мийка автомобіля, контроль за станом у цілому, доставка авто у необхідне місце, видача авто працівникам компанії у відрядження, а також в особистих цілях [1, 2, 3].

Організаційна структура маркетингового відділу дозволяє сформувати концептуальну схему з організації групи людей, виконання функціональних обов'язків яких сприяють вирішенню значної кількості проблем та реалізації ідей у просуванні товарів, послуг. Тому залишаються актуальними питання побудови таких організаційних структур на етапі формування та розвитку підприємств, незалежно від виду діяльності та організаційно-правових форм господарювання.

1. Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик та ін. ; за заг. ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с. 2. Офіційний сайт ТОВ «ПЕЖО СІТРОЕН УКРАЇНА». URL: <https://www.peugeot.ua> (дата звернення: 12.03.2021). 3. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / Романюк І. А. та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.

Довмат М. І., студентка, **Коротун О. П.**, старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

DIGITAL-MАРКЕТИНГ

Світ змінюється дуже швидко: старе замінюється новим, ніщо не стоїть на місці. Це стосується і просування бізнесу в мережі. Раніше для залучення клієнтів з інтернету цілком вистачало SEO, пізніше на допомогу SEO прийшов інтернет-маркетинг. Зараз інтернет-маркетингу стало мало і настала нова ера – digital-маркетингу.

У цій статті ми детально розглянемо поняття digital-маркетингу, а також які канали, сервіси та інструменти використовуються в digital-маркетингу.

Digital маркетинг – це набір маркетингових активностей з використанням різних цифрових тактик, інструментів і каналів зв'язку для спілкування з цільовою аудиторією там, де потенційні клієнти проводять більшу частину свого часу – в мережі Інтернет.

Існує цілий ряд тактик і інструментів, які відносяться до поняття цифрового маркетингу. Це і сам веб-сайт компанії і канали Діджитал маркетингу.

Бізнес, який використовує різні канали digital маркетингу має можливість взаємодіяти з цільовою аудиторією більш ефективно і своєчасно, тим самим постійно підвищуючи кількість нових клієнтів і лояльність аудиторії до бренду.

Діджитал- та інтернет-маркетинг – схожі поняття. Інтернет-маркетинг – це канали просування послуг і продуктів, залучення та утримання клієнтів, які використовують тільки інтернет. Сюди входять SEO/SEM, SMM, інтернет-реклама тощо.

Діджитал, або цифровий маркетинг – комплексний підхід, що охоплює всі онлайн- та офлайн-канали. Розвиток технологій і боротьба за клієнтів виводить цифровий маркетинг на новий рівень. Компанії, які стають першопрохідцями і впроваджують абсолютно нові підходи до просування, займають ще порожні рекламні ніші.

Перевагами digital-маркетингу є:

- Налагодження взаємодії з більш широкою цільовою аудиторією
- Донесення інформації до більшого числа потенційних клієнтів за короткі терміни
- Більш потужний вплив на аудиторію
- Підвищення впізнаваності бренду і лояльності до нього з боку клієнтів
- Менші витрати в порівнянні з традиційною рекламою.

Цифровий маркетинг відносять до реклами, яка поширюється за допомогою цифрових каналів.

До найбільш поширених видів цифрового маркетингу відносяться:

1) Пошукова оптимізація (SEO). Це процес оптимізації сайту, необхідний для підняття його позицій на сторінках результатів пошуку та збільшення обсягу органічного трафіку.

SEO включає наступні дії:

- оптимізація сторінок;

- зовнішня оптимізація;
- технічна оптимізація.

2) Контент-маркетинг. Content marketing – створення інформативного, корисного контенту з метою підвищення впізнаваності бренду, зростання трафіку, залучення потенційних клієнтів. Одна з найбільш важливих частин контент-маркетингу – показати користувачам головну «цінність» товару або послуги.

3) Social media marketing (SMM) – це залучення трафіку і збільшення впізнаваності бренду шляхом залучення людей в дискусії і взаємодії онлайн. Найбільш популярними платформами є Facebook, Instagram, YouTube. Оскільки маркетинг в соціальних мережах передбачає активну участь аудиторії, він став популярним способом залучення уваги. Він ефективний як для маловідомих і невеликих компаній, так і для великих, що мають певну репутацію.

4) Контекстна реклама або реклама з оплатою за клік (PPC) зазвичай відноситься до «платних результатів» у верхній або бічній частині результатів пошуку (SERP). Така реклама оплачується тільки тоді, коли на оголошення натиснули.

До PPC-каналів відносяться:

- Google Ads;
- платні оголошення на Facebook;
- платні оголошення на Instagram та ін.

5) Партнерський маркетинг. Партнерський digital-маркетинг – одна з ранніх стратегій, яку використовували для отримання пасивного доходу. Концепція насправді досить проста – це просування продуктів або послуг інших компаній в обмін за плату.

6) Нативна реклама – це замаскований Діджитал-маркетинг. Такі оголошення природно вписуються в навколишній контент, тому при їх перегляді у відвідувачів не включається так звана банерна сліпота і рекламні повідомлення не викликають негативних емоцій. На відміну від природної, нативна реклама виглядає як безкорисливе повідомлення, тому до неї відносяться лояльніше. Існує освітня, розважальна та брендована нативна реклама.

7) Автоматизація маркетингу – це використання програм і сервісів для підтримки цифрових маркетингових рекламних кампаній, підвищення ефективності та актуальності реклами. Це оптимізація, автоматизація маркетингових завдань і робочих процесів.

8) Email marketing – це використання електронної пошти для охоплення аудиторії. З його допомогою встановлюють довірчі відносини з клієнтами, утримують їх, стимулюють повторні продажі та повертають пасивних покупців. Email Діджитал-маркетинг застосовують також для підвищення впізнаваності бренду і спілкування з кожною людиною окремо.

9) Відео-маркетинг – це використання відеороликів для залучення цільової аудиторії. Більше 78% людей віддають перевагу відео, ніж тексту, так як часто цікавіше подивитися, ніж читати нудний опис. Існує кілька платформ для відеомаркетингу: YouTube, Facebook Videos, Instagram і навіть TikTok.

Види відеоконтенту:

- Рекламний ролик;
- докладні огляди, порівняння продуктів;
- демонстрація товару / послуги і відгуки;
- інструкції по використанню і т.д.;

Що вибрати – залежить від аудиторії і місця її скупчення.

10) Вірусний маркетинг – це Діджитал-маркетинг, при якому споживачі передають або діляться інформацією про товари або послуги компанії через соціальні мережі. Сенсаційний або незвичайний контент привертає увагу і швидко поширюється. Може виражатися в будь-якій формі, наприклад, відео, пости в блогах, соціальних мережах, і на різну тематику. Результат вірусного маркетингу короткочасний, зі значним стрибком трафіку і різким збільшенням зацікавлених в бренді людей.

11) Мобільний маркетинг – просування товарів і послуг за допомогою рекламних повідомлень на мобільних пристроях. Серед інструментів:

- мобільні додатки;
- SMS-розсилки;
- реклама в додатках, іграх;
- QR-коди і т.д.

Такий спосіб взаємодії з аудиторією досить ефективний, так як смартфон практично завжди знаходиться поряд з користувачем, відповідно, реклама буде переглянута відразу ж.

12) Радіо і ТБ-реклама. Сьогодні маркетинг на радіо і ТБ поступається за ефективністю вищеписаним видам. На зміну традиційному офлайн-підходу прийшов цифровий, тому стало простіше спілкуватися з аудиторією, розуміти, що саме їй потрібно і як вона реагує на рекламу. Крім телевізійних каналів і радіостанцій, відомих більше в офлайн, можна використовувати платформи, які працюють виключно онлайн.

Діджитал-маркетинг – це гнучкий, універсальний канал зв'язку з клієнтами та просування компанії. Завдяки ньому можна достукатися і розповісти мільйонам користувачів про ваш бренд. Digital-маркетинг – це майбутнє бізнесу. Жоден сектор не зможе вижити або конкурувати на ринку без відповідної стратегії цифрового маркетингу.

Організації, які зрозуміли цю сутність бізнесу, випередять найближчих конкурентів на ринку. Є безліч прикладів успіху, які стрімко ростуть тільки завдяки їх присутності в Інтернеті. Amazon, Alibaba, Flipkart, Snapdeal – ці та сотні інших компаній стали яскравим прикладом майбутньої бізнес-концепції.

1. Вікіпедія : вебсайт. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Васильев Г. А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес. Реклама в интернете. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 183 с.
3. Голик В. С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе. Минск : Дикта, 2008. 196 с.
4. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете. Москва : Манн, Иванов и Фербер. 384 с. 2013.
5. Словарь маркетинговых терминов. Москва : Наука, 2007. 316 с.

Дубіч В. Ю., студент, **Коротун О. П.**, старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сучасний світ відкриває нові перспективи для зростання деяких сфер економічної діяльності. Однією з таких сфер є сфера послуг. Розвиток даної галузі зумовлений великою кількістю різних чинників. Це і поліпшення загального рівня життя населення і, як наслідок, появи коштів на оплату різних послуг; і збільшення темпів життя населення, брак часу на самообслуговування; і звичайно ж зростання потреби у кваліфікованій професійній послугі.

Найяскравішим представником сфери послуг є побутове обслуговування. Перше місце у виробництві та наданні побутових послуг займають підприємства, що надають перукарські послуги.

Зараз ринок перукарських послуг представлений перукарнями, салонами краси, барбершопами та іншими недержавними підприємствами.

Висока привабливість сфери перукарських послуг в порівнянні з іншими видами підприємницької діяльності. Підприємці досить охоче відкривають перукарські навіть в самих віддалених мікрорайонах міста. Це обумовлено тим, що перукарські та косметичні послуги – одні з найбільш рентабельних у сфері побутового обслуговування. Сучасні умови розвитку ринку в умовах пандемії характеризуються трансформаційними й інтеграційними процесами, що зумовлюють мінливість та невизначеність середовища їх функціонування. У зв'язку з цим, все частіше увагу керівництва підприємств привертають інноваційні технології у загальному плані та новітні маркетингові інструменти. Пандемія COVID-19 у сукупності із впровадженими Урядом заходами щодо стримування та поширення вірусу, які негативно позначилися на показниках функціонування підприємств, особливо актуалізували використання маркетингових технологій в управлінні поведінкою споживачів, зокрема, впровадження/удосконалення Digital каналів комунікації підприємств, що дозволить оптимізувати маркетингові процеси, а також підвищити конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках. Адже сучасний рівень глобалізації вимагає від підприємств вдосконалення та розширення каналів комунікації в мережі інтернет.

Переваги застосування digital-маркетингу:

1. Взаємодія з більш широкою цільовою аудиторією.
2. Можливість донесення маркетингового повідомлення до більшої кількості зацікавлених людей за менший проміжок часу.
3. Двостороннє спілкування з клієнтами з можливістю виявлення їх потреб і отримання оперативного зворотного зв'язку.
4. Велика залученість користувачів і більш потужний вплив на них.

5. Підвищення авторитетності бренду і лояльності покупців до нього шляхом надання корисного контенту.

6. Поліпшення позицій компанії в мережі в порівнянні з конкурентами, які користуються тільки стандартними методами впливу на покупців.

7. Прозорість і вимірність результату маркетингової кампанії в режимі реального часу і можливість вносити необхідні корективи.

8. Скорочення витрат в порівнянні з традиційними кампаніями.

Таблиця

Загальна характеристика найпопулярніших Digital інструментів у сфері перукарських послуг

Digital інструмент	Характеристика	Розмір підприємств
Yclients (або інша CRM)	Зберігання контактних даних клієнтів. Фінансова звітність. Система онлайн запису. Інтеграція з системами аналітики. Аналіз активності клієнтів	Малі, середні, великі
Веб сайт	Генерація лідів. Аналітика трафіку Розміщення інформації про бренд. Зворотний зв'язок Розміщення інформації для потенційного клієнта	Малі, середні, великі
Соціальні мережі	Безкоштовна комунікація з ЦА. Можливість отримання зворотного зв'язку. Збільшення лояльності клієнтів за допомогою створення контенту	Малі, середні, великі
Веб аналітика	Ефективний розподіл коштів між каналами комунікації Аналіз поведінки ЦА. Вимірювання ефективності рекламних каналів.	Малі, середні, великі

Джерело: сформовано автором на основі [1; 2]

Кожне підприємство самостійно обирає Digital інструменти відповідно до власних потреб. Для невеликих підприємств одним з найефективніших інструментів є соціальні мережі. Великим мережам доцільно максимально диверсифікувати маркетингові інструменти для охоплення великого сегменту ринку

Таким чином, використання Digital інструментів значно спростить взаємодію з кінцевим споживачем, а також зробить підприємство більш конкурентоспроможним.

1. Школа Регіональних менеджерів : вебсайт. URL: <https://staffa.com.ua> (дата звернення: 14.04.2021). 2. Pro Consulting : вебсайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua> (дата звернення: 14.04.2021).

ДО ПИТАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ

Одним із основних напрямів розвитку сучасної економіки є сфера послуг, що активно розвивається. В економічному комплексі розвинутих країн сфера послуг становить значну питому вагу, як за часткою споживчих витрат на послуги та рівнем зайнятості працездатного населення, так і за обсягами прямих інвестицій.

Послуга – це будь-яка діяльність або благо, яку одна сторона може запропонувати іншій [3]. Це вид діяльності, що задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений.

Ф. Котлер визначає послуги як «будь-який захід або вигоду, що одна сторона може запропонувати іншій і, які в основному невідчутні та не призводять до оволодіння будь-чим.» [2].

У виробничій сфері товари стандартизовані та чекають свого покупця на полицях магазинів. На відміну від товару, послуга створюється при взаємодії покупця з персоналом. Значить, в першу чергу, потрібно приділяти увагу ефективній взаємодії зі споживачем. Ефективна взаємодія, своєю чергою, залежить від професійності персоналу, а також від технології виробництва та супутніх процесів, що допомагають працівникам у наданні послуги.

Виходячи з цього, успішні компанії сфери послуг зосереджують увагу одночасно як на персоналі, так і на клієнтах, усвідомлюючи сутність ланцюга «послуга – прибуток». Цей ланцюг складається з п'яти ланок:

1. Рівень рентабельності послуги.
2. Рівень задоволення покупців.
3. Цінність послуги для споживача.
4. Рівень продуктивності праці персоналу.
5. Рівень якості обслуговування.

Досягнення максимального прибутку компанії, яка надає послуги, починається з «піклування» про клієнта. Це означає, що маркетинг послуг потребує дещо інших інструментів впливу на споживача, аніж традиційний маркетинг, який класично базується на концепції «4Р».

Згідно з концепцією Ф. Котлера, представленої на рисунку нижче, три ключові одиниці утворюють три контрольовані ланки: фірма-споживач; фірма-персонал; персонал-споживач. Для того, щоб успішно керувати маркетингом у галузі послуг, необхідно розвивати стратегії, спрямовані на представлені ланки.



Рисунок. Модель маркетингу послуг Філіпа Котлера

Внутрішній маркетинг означає, що організація сфери послуг повинна зорієнтовувати увагу на якості роботи персоналу [1]. Вочевидь, не має сенсу рекламувати відмінну якість послуги до тих пір, поки персонал не зможе її надати.

Двосторонній маркетинг означає, що якість послуги залежить від якості взаємодії клієнта з працівником у процесі надання послуги [1]. Для прикладу, у маркетингу товарів якість придбаних товарів не залежить від процесу купівлі. Натомість, у маркетингу послуг якість обслуговування залежить від постачальника та якості постачання. Клієнт робить висновок про якість послуги не лише за технічними характеристиками (смак страви, поданої в ресторані), а й за функціональними характеристиками (ввічливість офіціанта). Отже, професіонали своєї справи не можуть вважати, що вони задовольняють клієнта, пропонуючи йому лише технічно якісне обслуговування. Доцільно розвивати двосторонні маркетингові навички.

Своєю чергою, ефективна взаємодія клієнта з персоналом може гарантувати високий рівень задоволення споживача, створення міцних довготривалих стосунків з клієнтом, підвищення рівня лояльності споживача. Клієнти є надчутливими до рівня обслуговування. Так, задоволений якістю послуги клієнт стає більш лояльним і, своєю чергою, виступатиме в ролі промоутера, що за принципом «сарафанного радіо» дозволить розширити коло клієнтів.

Отже в сучасних умовах високо конкурентного середовища, особливого значення набуває ефективна система обслуговування споживачів, та створення максимальної споживчої корисності від наданих послуг.

1. Беквит Г. Продавая незримое: руководство по современному маркетингу услуг / пер. с англ. Е. В. Китаевой. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. 271 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. Е. М. Пеньковой и др. Москва : Прогресс, 1990. 129 с. 3. Маркетинг : навч. посіб. / М. В. Мальчик та ін. ; за заг. ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

Козачук К. Е., студентка, **Мартинюк О. В.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м.Рівне)

ВАЖЛИВІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Маркетинг – важлива частина малого бізнесу, але більшість підприємців вважають, що зможуть легко вирішувати усе без зайвого навантаження. Проте, саме відсутність маркетингової діяльності в більшості випадках і стає проблемою провалів бізнесменів-початківців, а інколи й вже працюючих, успішних, здавалося б, стартапів.

Звичайно, важливим пунктом бізнесу у теперішньому світі являється створення маркетингової стратегії – саме з цього все й повинно починатись.

Адже, правильно створена маркетингова стратегія забезпечить онлайн і офлайн направлення для просування бізнесу без великих витрат.

Спробуємо розглянути працюючі маркетингові стратегії:

- Визначити сектор на ринку: ви маєте знайти своє місце.
- Завдатися метою та визначити бюджет. Що є важливим для вас? Збільшити зону дії, завоювати авторитет на місцевому ринку, розширити впізнанність бренду.
- Налаштувати якісну рекламу (контекстна, таргетована, особиста).
- Заявити про себе в Google: вивести сайт в ТОП і бути на перших рядках в пошуку.
- Просуватися в соціальних мережах: охопити кілька мереж, аналіз підключення, використання спеціальних інструментів.
- Створити сайт або блог. Головне – оригінальність і відкритість. Оптимізувати контент під вимоги пошукових систем, виконати аналіз показників конверсії.
- Враховувати думки та бажання клієнтів: визначивши їх основну проблему і вирішити її за допомогою товару або послуги. Створити максимально довірчі відносини.
- Виділятися з натовпу пересічних проєктів: ваша пропозиція повинна привертати увагу з перших слів. Не бійтеся включити фантазію й бути трішки непередбачуваними. Унікальність – це 90 % успіху бренду!
- Запускати акції, конкурси, гівевей, розіграші тощо.

В роки 2020–2021 рр., а саме в період пандемії, великого розвитку набуває саме онлайн продаж, тому за ці два роки люди максимально стараються продумувати свою маркетингову стратегію, адже стає зрозуміло що конкуренція на такому ринку в наш час дуже зросла.

Звичайно, найбільш відчутна зміна в тому, що більшість підприємств і людей перенаправились в онлайн. Наприклад, той бізнес, що не мав власних сайтів чи онлайн-послуг був вимушений заявитися у такому плані. Цікаво те що: більшість людей, що не відчували зручності в онлайн-середовищі,

були вимушені подолати власні фобії й дискомфорт та наблизитись до віртуального світу. Таких людей дійсно дуже багато: на зміну їхнім страхам прийшла цікавість. Звісно, багато з тих, хто ніколи не купував онлайн, був змушений це зробити через пандемію. І вони підвищили долю онлайн-комерції, яка ще недавно у світі була відносно невеликою, приблизно на 15%.

Через це, період карантину виявився для компаній чи не кращою нагодою для онлайн-роботи з клієнтами: наявними та потенційними. До речі, зміна статистики у комунікації брендів це підтверджує. За даними дослідницької агенції Sprout Social, активність людей до контенту компаній у соціальних мережах досить зросла у карантинний період. Тобто, споживачі стали більш активно лайкати, поширювати та коментувати пости брендів. Що призводить до більш швидкого поширення інформації.

Компанії повинні зрозуміти нові турботи та страхи клієнтів та реагувати на них. І зараз доволі сильними з цих страхів є фінансовий сумнів та страх за власне здоров'я та своїх близьких. Знаючи, про фінансові страхи компанії оперативно почали пропонувати гнучкі варіанти розрахунку. До прикладу сайт Amazon пропонує клієнтам купівлю з розстрочкою із можливістю виплати частинами за декілька місяців. Авіакомпанії пропонують вигідні тарифи з можливістю безкоштовної зміни дати польоту.

Основним навантаженням на роботу маркетологів – перехід більшості клієнтів в онлайн. Якщо раніше в середньому 30–40% маркетингових бюджетів йшло на різні заходи, на яких треба була офлайн присутність, то в наш час потрібно було швидко перенаправити їх в цифрову трансформацію маркетингу, створення чи покращення сайту, таргетовану рекламу.

Але тут виникає ще одна проблема – конкурувати за увагу аудиторії з новинами та інформацією про коронавірус неймовірно важко. Люди буквально захлинаються контентом, який стікається до них з усіх боків. І їм доводиться ретельно фільтрувати його та обирати лише найважливіше, найцікавіше та найкорисніше.

Третя ускладнення – це відсутність швидких результатів. Тож тепер маркетологи працюють на відкладений попит, тому що люди не витрачають гроші як раніше. Але метикуваті спеціалісти побачать в цьому ще одну можливість для майбутнього розвитку. Зазвичай коли люди заощаджують кошти та відкладають рішення про покупку, вони потім в більшості випадках купують щось якісніше та дороге, тобто збільшити середній чек. Та для того, щоб вони прийшли саме до вас у подальшому, доведеться попрацювати вже зараз. Щонайменше – зробити так, щоб про вашу компанію пам'ятали.

І тут не допоможе ані реклама, ані промоушн, ані знижки. Це завдання для контенту.

Лідери ринків особливо полюбили візуальний та освітній контент, і часто їх поєднують для кращого сприйняття. Тому що чим більше інформації потрапляє до цільової аудиторії, тим менше шансів у

традиційних форматів. Чистий текстовий контент – це червоний океан з малим відсотком ймовірності привернути увагу. В той самий час інфографіка та відеографіка залишаються як більш помітним, так і більш зрозумілим засобом пояснення складних тем.

Поширена помилка багатьох бізнесменів в тому, що в них немає чіткого, логічно структурованого, довгострокового плану. А стратегічний підхід без планування дає практично нульовий результат.

Один з найбільш успішних варіантів в стратегічному маркетингу – це вигідна співпраця з іншими бізнес-проектами. Саме за допомогою дрібних фірм (допоміжних товарів або послуг) можна розширити межі й збільшити прибуток.

1. Чому контент-маркетинг такий важливий під час пандемії коронавірусу. Топ Лід : вебсайт. URL: <https://toplead.com.ua/ru/blog/id/chomu-kontent-marketing-takij-vazhlivij-pid-chas-pandemiji-koronavirusu-256> (дата звернення: 21.03.2021).
2. Стратегічний маркетинг : вебсайт. Українська асоціація бізнес-лідерів : вебсайт. URL: <https://uabl.org/strategic-marketing> (дата звернення: 21.03.2021).
3. Які маркетингові стратегії запустила пандемія коронавірусу? Львівська бізнес-школа Українського католицького університету : вебсайт. URL: <https://lvbs.com.ua/news/yaki-marketyngovi-strategiyi-zapustyla-pandemiya-koronavirusu> (дата звернення: 21.03.2021).

Лук'янчук С. В., студент (Рівненський економіко-технологічний коледж НУВГП, м. Рівне), **Коротун О. П.**, старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

На міжнародному ринку туристичних послуг чітко простежується тенденція щодо стрімкого розвитку популярності активних видів відпочинку. Активний туризм є одним з найперспективніших у світі та користується значним попитом. Проте, в Україні форми активного туризму в більшості є маловідомими як для вітчизняних, так і для закордонних туристів, тому до них сформоване здебільшого негативне ставлення.

За допомогою анкетного опитування нами було досліджено переваги молоді в туризмі, їхні знання про екстремальний туризм та бажання займатися ним. Для цього була розроблена анкета, за якою було опитано 60 респондентів. Анкетування проводилося у жовтні – листопаді 2020 р.

Найчастіше причиною непопулярності України у туристів називають неефективний маркетинг, іншими словами, українські туристичні компанії й у цілому держава мало вкладають коштів у просування туризму у своїх регіонах. Наступна причина, яка теж належить до сфери маркетингу, – неправильне позиціонування українських курортів і центрів тяжіння туристів, відсутність або неправильне брендування українських міст.

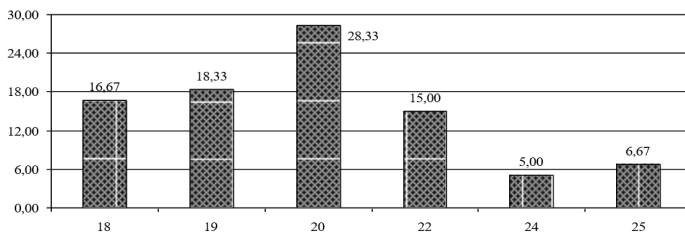


Рис. 1. Розподіл опитаних за віком

Джерело: дослідження автора

Більшість опитаних респондентів – молодь до 20 років (рис. 1).

Майже 70% відповіли, що вважають за краще відпочивати в Україні (рис. 2).

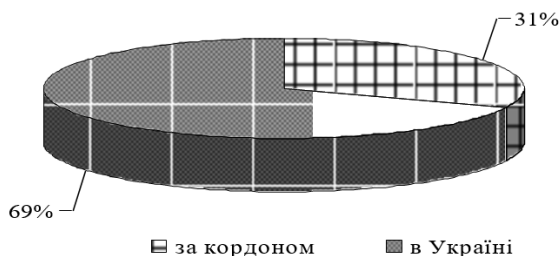


Рис. 2. Визначення переваги у відпочинку

Джерело: дослідження автора

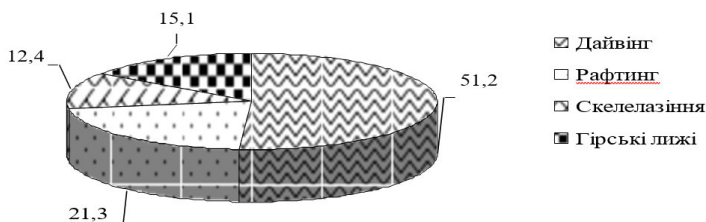


Рис. 3. Відповіді на питання: «Якому виду активного відпочинку віддають перевагу респонденти?»

Джерело: дослідження автора

Серед активних видів туризму 51,2% респондентів віддали б перевагу дайвінгу, 21,3% – рафтингу, 15,1% – гірським лижам, і 12,4% скелелазінню (рис. 3).

На запитання «Якому виду відпочинку в Україні Ви віддасте перевагу?»

Відповіді розподілились наступним чином: «Пляжний відпочинок» – 20% «Екскурсійний тур» – 31% «Лікувально-оздоровчий відпочинок та SPA» – 11% «Освітні програми» – 3% «Активний туризм» – 35%.

Розвиток екстремального туризму в Україні респонденти за п'ятибальною шкалою більшість опитаних оцінила в три бали.

Це не дивно, оскільки екстремальний туризм у нашій країні почав розвиватися лише в останні роки. І це ще маловідомий вид відпочинку в Україні (рис. 4).

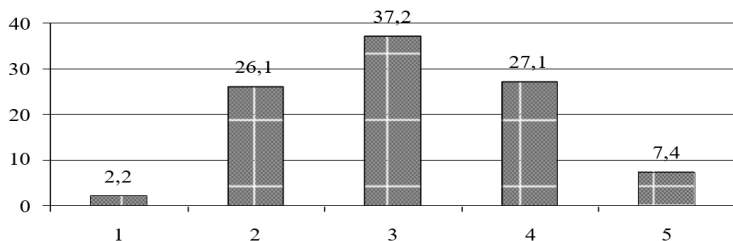


Рис. 4. Оцінки розвитку екстремального туризму в Україні

Джерело: дослідження автора

Потреби в екстремальному відпочинку існували в Україні давно, але оформилися у пропозиції туристичних компаній 7–10 років тому, оскільки людей дуже складно організувати, до того ж потрібна додаткова підготовка до подібних турів, створення інфраструктури. Молодь України мало подорожує, не ставить екстремальний туризм на перше місце за перевагами у відпочинку, ціновий фактор є ключовим для молоді у виборі виду відпочинку. Розвиток екстремального туризму в Україні, на думку молоді, недостатній. Окрім того, молодь мало знайома з видами екстремального туризму та з його інфраструктурою у країні.

Для створення нового туристичного продукту або розвитку існуючого необхідно проаналізувати туристично-рекреаційний комплекс області використовуючи SWOT-аналіз.

SWOT-аналіз як метод проведення аналітичних досліджень стану об'єкта широко використовується в практиці стратегічного планування і має низку переваг, які впливають із алгоритму його проведення.

У ході дослідження виявлено сильні та слабкі сторони розвитку екстремального туризму у Рівненській області, проаналізовано можливості та загрози розвитку галузі (табл. 1), а також визначено необхідні заходи для розвитку туризму.

На основі встановлення взаємозв'язків між сильними і слабкими сторонами розвитку туризму у Рівненській області й зовнішніми можливостями і загрозами розроблено та обґрунтовано систему заходів, необхідних при формуванні стратегії розвитку туризму.

Результати SWOT-аналізу зведено у матрицю, яка дає змогу встановити взаємозв'язки між досліджуваними факторами і прийняти адекватні та ефективні управлінські рішення.

Найбільше значення для області має поле СіМ, тобто основні зусилля суб'єктів туристичного бізнесу, влади і громадськості області повинні бути спрямовані на підтримання інвестиційного туристичного потенціалу, подальший розвиток туристичної сфери, організацію програми регіонального брендингу та ребрендингу.

Також необхідно зазначити, що основою підвищення інтересу споживача до бренду області може стати проведення PR- заходів щодо популяризації Рівненської області.

Найсильнішими сторонами є вигідне географічне положення, багата історія, унікальні природні ресурси, історичні та культурні особливості.

Найслабшою стороною є нестабільність сервісу, негативне відношення великої кількості українців до внутрішнього туризму та відсутність сформованого цілісного бренду.

Серед основних можливостей можна виокремити розроблення нових видів турів, зокрема екстремального, розвиток туристичної інфраструктури.

Найбільшими загрозами є погана політична ситуація та конфлікт на Сході України, а також може стати розвиток закордонного туризму.

Отже, для того щоб туристичний бізнес в Рівненській області розвивався, необхідно налагодити стабільний сервіс, створити цілісний бренд регіону через розроблення нових тематичних турів на основі історичних, географічних та ландшафтних багатств краю, завдяки чому нівелювати загрозу переміщення потоку туристів закордон.

Також необхідно зазначити, що основою підвищення інтересу споживача до бренду області може стати проведення PR-заходів щодо популяризації Рівненської області.

Таблиця

Матриця SWOT-аналізу туристичного потенціалу Рівненської області

<div>Зовнішнє середовище</div> <div>Внутрішнє середовище</div>	Можливості	Загрози
	<ul style="list-style-type: none"> інвестиційний та інноваційний потенціал; розвиток виробництва високоякісних послуг і розробка євростандартів обслуговування; організація програми регіонального туристичного брендингу; розвиток туристичної інфраструктури; розробка нових видів турів. 	<ul style="list-style-type: none"> відсутність реальної підтримки малого та середнього бізнесу; -погіршення екологічного стану області; нестабільна політична та економічна ситуація; втомленість туристів від класичних туристичних екскурсійних маршрутів; територіальні втрати та воєнні дії на території України.
Сильні сторони	<ul style="list-style-type: none"> Розвиток напрямку індивідуального туризму для в'їзного туризму; Покращенні туристичної інфраструктури, зокрема, готельного фонду, доріг, перевізників, аеропортів; Покращання рівня обслуговування; Розвиток придорожньої інфраструктури; Відновлення та реконструкція об'єктів туристичного показу, історико-культурних пам'яток та музеїв. 	<ul style="list-style-type: none"> Розробка нових туристичних маршрутів; Розвиток недорогого авіасполучення між областями; Організація туристичних потягів у період основних свят (новорічно-різдвяні, травневі, період літніх відпусток). Встановлення знаків на автошляхах до туристичних об'єктів; Сприяння діяльності туристично-інформаційних центрів.
Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> Створення бренду регіону; Стати лідерами по напрямку активного та зеленого туризму; Розміщення в приміщеннях автовокзалів, залізничних вокзалів та аеропортах туристичних карт-схем та довідкових бюро; Забезпечення доступу WiFi та Інтернет зв'язку; Організація ознайомчих турів для представників провідних засобів масової інформації та туроператорів; Налагодження співробітництва із іншими державами з метою обміну досвідом у різних сферах туристичної галузі, організації навчальних програм. 	<ul style="list-style-type: none"> Створення іміджу країни як стабільної та безпечної; Забезпечення представлення туристичного потенціалу України на міжнародних виставкових заходах; Створення потужної асоціації компаній, що займаються розвитком внутрішнього і в'їзного туризму; Налагодження ефективної співпраці з державними органами щодо розвитку ринку внутрішнього та в'їзного туризму.

розмовляють іноземними мовами та достатньо кваліфікованих супроводжуючих; – відсутність тренду подорожувати Україною в українців.		
--	--	--

Найслабшими сторонами є вигідне географічне положення, багата історія, унікальні природні ресурси, історичні та культурні особливості.

Найслабшою стороною є нестабільність сервісу, негативне відношення великої кількості українців до внутрішнього туризму та відсутність сформованого цілісного бренду.

Серед основних можливостей можна виокремити розроблення нових видів турів, зокрема екстремального, розвиток туристичної інфраструктури.

Найбільшими загрозами є погана політична ситуація та конфлікт на Сході України, а також може стати розвиток закордонного туризму.

Отже, для того щоб туристичний бізнес в Рівненській області розвивався, необхідно налагодити стабільний сервіс, створити цілісний бренд регіону через розроблення нових тематичних турів на основі історичних, географічних та ландшафтних багатств краю, завдяки чому нівелювати загрозу переміщення потоку туристів закордон.

Таким чином, можна визначити, що Рівненська область підходить для розвитку активного туризму в регіоні.

За належної реклами, інвестицій та підтримки держави вітчизняний екстремальний туризм зможе стабільно й успішно розвиватися не тільки на туристичному ринку України, а й на європейському ринку.

1. Беспала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 6 (34). URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No6/9.pdf> (дата звернення: 16.03.2021).
2. Глебова А. О., Зозуля А. В., Солодовник М. О. Сучасний стан та перспективи розвитку екстремального туризму в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. № 6 (11). URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/index.php/11-2017-ukr> (дата звернення: 16.03.2021).
3. Задорожнюк Н. О., Квашук Ю. О. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі України. *Економічний вісник ЗДІА*. 2016. Вип. 3 (03). С. 87–91.
4. Засенко А., Фролов І. Види екстремального туризму в Україні. Статуспрес : вебсайт. URL: <http://statuspress.com.ua/nisha/kakie-vidyekstremalnogo-turizma-vygodno-razvivat-vukraine.html> (дата звернення: 16.03.2021).
5. Притков В. Ю., Жердьов А. Е. Екстремальний туризм в Україні: сучасний стан та перспектива розвитку. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 19. С. 44–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_19_9 (дата звернення: 16.03.2021).

Малярчук А. В., студентка, **Коротун О. П.**, старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В умовах сучасності цифровий маркетинг набуває все більшої популярності. Для залучення та утримання клієнтів компанії все частіше використовують інструменти цифрового маркетингу. Інтенсивність розвитку електронного обладнання та спеціалізованого програмного забезпечення дає можливість реалізовувати стратегії цифрового маркетингу у онлайн та офлайн-середовищі [1; 2].

Цифровий маркетинг (Digital Marketing) – це сучасний інструмент просування продукту, торгової марки чи бренду за допомогою всіх цифрових каналів (телебачення, Інтернет, радіо, мобільні телефони тощо). Цифровий маркетинг тісно пов'язаний з Інтернет-маркетингом, але в ньому вже розроблено низку технік, що дають змогу досягати цільової аудиторії навіть в офлайн-середовищі (використання додатків у телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо). Також тут ефективно використовують мобільний маркетинг, рекламні дисплеї, POS-термінали, виставкові LCD стенди з презентаціями, QR-коди в рекламних плакатах і журналах тощо.

Найважливішими причинами того, що цифровий маркетинг знаходиться у центрі уваги бізнесу є:

1. «перетікання» споживачів у цифрові канали;
2. можливість таргетування;
3. можливість збору та обробки великих об'ємів інформації про споживачів, що дозволяє визначити їхні вподобання та потреби.

В онлайн-середовищі можна виділити кілька великих категорій, що відносяться до цифрового маркетингу і досить добре відомих.

1. Пошукова оптимізація (Search Engine Optimization, SEO).
2. Пошуковий маркетинг (Search Engine Marketing, SEM).
3. Контент-маркетинг (Content Marketing).
4. Маркетинг в соціальних мережах (Social Media Marketing, SMM).
5. PPC-реклама (Pay-Per-Click Advertising).
6. Партнерський маркетинг (Affiliate Marketing).
7. E-mail маркетинг (E-mail Marketing).

Як правило, саме ці напрямки цифрового маркетингу привертають найбільшу увагу. При цьому використання digital маркетингу в офлайн-середовищі заслуговує окремого розгляду, оскільки тут традиційні технології використовуються разом з цифровими, взаємно посилюючи свій вплив.

Основна концепція цифрового маркетингу полягає в клієнтоорієнтованому підході [3]. Так, з поведінки в соціальних мережах і на сайтах на основі цифрового сліду або так званої кібер-тіні людей (сукупності інформації про відвідування та внесок користувача під час

перебування в цифровому просторі) на основі обробки великих обсягів даних (Big Data) будуються Look-Alike-профілі споживача, які допомагають виробникам створювати продуктові пропозиції, які найбільше підходять для певних груп споживачів. На цій основі відбувається кастомізація або, іншими словами, персоналізація продуктових пропозицій. Останнім часом виробники товарів та послуг розробляють цифрові моделі людей або їх «цифрових двійників» не стільки з точки зору їх поведінкових характеристик, але і моделі фізичних тіл людей. Такі моделі активно застосовують, наприклад, підприємства, що займаються пошиттям одягу, а також виробники автомобілів для проведення цифрових краш-тестів, використовуючи «цифрових двійників», які в точності повторюють параметри реальних пасажирів

За рахунок застосування технологій комп'ютерного інжинірингу розробка товарів в сучасних умовах відбувається значно швидше і точніше, а використання «цифрових двійників» дозволяє підприємству виробляти найбільш кастомізований продукт. Також стрімкими темпами на ринках товарів широкого споживання набирає популярність Інтернет-речей (Internet of Things, IoT), що представляє собою взаємодію фізичних об'єктів різними способами між собою в основному через Інтернет, який дозволяє надавати послуги споживачам найкращим чином [4].

Інтернет речей – це новий перспективний етап розвитку обчислювальної техніки і комунікацій. Його параметри, повсюдність і вплив на повсякденне життя, бізнес, уряд, затьмарює будь-який технічний процес, який був до цього. Інтернет речей (IoT) почав поширюватися на підприємствах усіх галузей промисловості. смартфоні збирають маси інформації про поведінку, смаки і здоров'я людей і дають команди «розумним» кавоваркам, яку каву заварити, і «розумним» холодильникам, який продукт замовити в інтернет-магазині.

Таким чином, сучасні технології цифрового маркетингу підвищують інтерес покупця до товарів і послуг, що пропонуються через цифрові канали, а це створює нові можливості для просування товарів на сучасному ринку.

На основі усього вищезгаданого можна зробити висновок про те, що цифровий маркетинг стрімко розвивається та з кожним днем підтверджує свою ефективність. А безліч каналів комунікацій, а також принципів впливу на споживача дозволяють підприємству розширювати ринки збуту і знайти свого покупця.

1. Чубукова О. Ю., Ралле Н. В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 3 (7). С. 130–133. 2. Ślusarczyk B., Dziekański P. Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu. *Wybrane zagadnienia*. 2014. S. 1–56. 3. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг: как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. Москва : Альпина Паблицерз, 2010. 377 с. 4. Фомичева Ю. П. Цифровой маркетинг. *Студенческая наука и XXI век*. 2018. № 16–1. С. 428–430. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35197241> (дата звернення: 12.03.2021).

Маринич В. В., студентка, **Оплачко І. О.**, к.е.н., старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА БАНКУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Динамічність розвитку ринку банківських послуг України, що характеризується гострою конкуренцією, проникненням в банківську систему України іноземних банків, перенасиченістю ринку однотипними послугами та їх цифровою трансформацією, розширенням сфери діяльності банківських установ, сприяла активізації зусиль банків щодо посилення своїх конкурентних позицій. Нестабільна економічна ситуація актуалізувала концентрацію зусиль банків на пошуку дієвих засобів просування своїх продуктів, стимулюванні збуту, організації рекламних акцій, PR- заходів та іншого, що визначає потребу у розробці комплексу дій щодо ефективного управління маркетинговими комунікаціями банківської установи.

Відповідно на сьогоднішній день важливим елементом у комплексі маркетингу для банківських установ є комунікаційна політика, ефективне використання якої, з урахуванням принципів діджиталізації, дозволить банку зайняти конкурентне положення на ринку, що матиме позитивний вплив на довгостроковий розвиток і доходи банку. Стратегічне значення для життєдіяльності банку має налагодження комунікацій з реальними та потенційними клієнтами, формування комплексу заходів комунікаційної політики для просування на ринок банківських продуктів і послуг.

Головним призначенням маркетингових комунікацій банку є інформаційне забезпечення цільового ринку про можливості здійснення вибору пропонованих продуктів і послуг, місце їх придбання і самої банківської установи. Тобто, спілкування з фактичними чи потенційними клієнтами банку є комунікаціями, завдяки ефективності яких у них створюється позитивний імідж банку, його продуктів, що сприяє зростанню обсягів продажу і зміцнює його конкурентоспроможність.

Основними завданнями комунікаційної політики банку є: створення, просування та підтримка бренду банку, формування позитивного іміджу банку та попиту на банківські послуги, стимулювання збуту банківських послуг, створення довготривалих партнерських відносин з клієнтами.

Загальна програма комунікаційної політики є комплексом просування, який поєднує в собі такі засоби, як реклама, PR (зв'язки з громадськістю), прямий маркетинг, особистий (персональний) продаж та стимулювання збуту, які сприяють досягненню маркетингових цілей банку.

Оцінка ефективності комплексу маркетингових комунікацій є складовою процесу контролю маркетингової діяльності кожного банку, який нині набуває особливого значення у зв'язку із зростанням обсягів та диверсифікацією діяльності банків на різних сегментах ринку, підвищенням

вимог клієнтів до якості банківських послуг та посиленням конкуренції на фінансовому ринку.

Сьогодні, на тлі стрімкого розвитку Інтернет-технологій відбувається переорієнтація банків на застосування нового інструментарію комунікаційної політики [3]. Так, основними видами банківського прямого маркетингу є поштове звернення, телемаркетинг, маркетинг по телефону, інтерактивний (онлайн) маркетинг. Найбільшого поширення набув інтерактивний маркетинг, що передбачає надання інтерактивних послуг за допомогою комп'ютерного і мобільного зв'язку в режимі online (SMS, MMS- розсилка, електронна поштова розсилка, промо-сайт, інтернет-реклама, гостьова книга, чати, блоги, call- центри, соціальні медіа тощо).

Слід зазначити, що ключовим в досягненні ефективності прямого маркетингу є розвиненість регіональної мережі банків. Рейтинг українських банків за кількістю відділень у 2021 році зображений у таблиці.

Таблиця

Рейтинг українських банків за кількістю відділень у 2021 році [2]

№ з/п	Назва банку	Кількість відділень	Зміна кількості відділень від початку 2020 року
1.	АТ "Ощадбанк"	1837	-490
2.	АТ КБ "ПРИВАТБАНК"	1717	-211
3.	АТ "Райффайзен Банк Аваль"	396	-100
4.	АБ "УКРГАЗБАНК"	276	26
5.	АТ "УКРСИББАНК"	272	-12
6.	АТ "А - БАНК"	232	7
7.	АТ "ПУМБ"	224	16
8.	АТ "АЛЬФА-БАНК"	218	-39
9.	АТ "МЕГАБАНК"	154	-4
10.	АТ "КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК"	147	-3

Як свідчать дані таблиці, найбільшу кількість філій та відділень по Україні мають такі банки як АТ «Ощадбанк» – 1837 відділень, АТ КБ «Приватбанк» – 1717, та АТ «Райффайзен Банк Аваль» – 396. У 2021 році майже усі банки проводили оптимізацію своєї мережі, так у АТ «Ощадбанк» закрито 490 відділень (-21%), у АТ КБ «ПриватБанк» – 211 (-10,9%). Для українських банків це не просто механічне зменшення, а модернізація та оптимізація, яка супроводжується значною зміною якості обслуговування за рахунок розширення мережі банківських установ нового формату, укрупнення декількох невеликих відділень на основі новоствореної установи, а також зростання кількості повноцінних універсальних відділень і розширення кількості цифрових послуг.

В сучасних умовах діджиталізації, для ефективного розвитку комерційних банків високої актуальності в маркетинговій комунікаційній політиці набуває проблема підтримання на належному рівні медіаактивності, в першу чергу, з використанням інструментів інтернет-

маркетингу. Зокрема, згідно дослідження, проведеного у вересні 2020 року, найбільша кількість згадувань про українські банки була в інтернет – ЗМІ (АТ КБ «Приватбанк» – 7472 повідомлень за місяць, АТ «Ощадбанк» – 2540 повідомлень) та у Facebook (1483 і 275 повідомлень відповідно).

Ключовими перевагами для комерційних банків від користування інтернетом як каналом маркетингових комунікацій є те, що відбувається процес глобалізації інформації, тобто всі комунікаційні повідомлення банку стають доступні для усіх зацікавлених осіб з будь-якої країни; більш точне охоплення цільової аудиторії, завдяки розміщенню повідомлень банку на вузькоспеціалізованих сайтах, за рахунок вибору потрібного географічного регіону та за рахунок розміщення інформації у певний період (за допомогою *targeting*); висока гнучкість і швидка адаптація до змін у зовнішньому середовищі, оскільки існує можливість швидко і без великих фінансових втрат коригувати чи змінити комунікативну політику і програму; зручність для клієнтів банку, які мають можливість користуватися послугами банку on-line 24/7 і дізнаватися всю актуальну інформацію і новини банку; зниження фінансових витрат банку на здійснення бізнес-комунікацій [1].

Щодо соціального медіа-маркетингу, то банки з використанням переваг соціальних мереж можуть досягати довгострокових комунікаційних цілей, серед яких: широка інформованість цільової аудиторії, підвищення лояльності не лише до банківських послуг, а й до бренду, моніторинг думок і настроїв у мережі клієнтів банку, формування репутації надійного банку та забезпечення ефективного брендингу у цілому. Це стає можливим, оскільки соціальний медіа-маркетинг надає більш широкі можливості впливу на свідомість клієнтів банку.

Таким чином, в умовах діджиталізації широке використання інтернет-технологій в бізнес-комунікаціях комерційного банку сприяє скороченню фінансових витрат, прискоренню процесу комунікацій і, як наслідок, збільшенню ефективності і прибутковості банку.

1. Замроз М. В., Даниленко Ю. М. Зовнішні бізнес-комунікації банку як інструмент підтримки репутації в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8270> (дата звернення: 01.03.2021).
2. Кількість структурних підрозділів банків з 2008 по 2021 рік. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/> (дата звернення: 03.03.2021).
3. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. *Світ фінансів*. 2020. № 1 (62). С. 20–32.

Матвеева С. С., Гайдаченко О. Р., студенти, Мальчик М. В., д.е.н,
професор (Інститут післядипломної освіти Національного університету
водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Проблеми екології в Україні не мають високої пріоритетності серед проблем, які потребують негайного вирішення політиками. Але так як останнім часом екологічні проблеми стають все більш важливими та масштабними у всіх країнах світу, вітчизняні політики також використовують обіцянки з покращення екологічної ситуації. Зовсім скоро висвітлення екологічних проблем в передвиборчих кампаніях уже стане обов'язковим PR- ходом. Таим чином ми можемо спостерігати тенденцію розвитку екології в політичних PR- кампаніях.

Перші приклади, щодо використання обіцянок, про вирішення екологічних проблем були у 2015 році, а саме йшлося про енергозбереження. Всі кандидати констатували, що природні ресурси є важковідновлюваними, а тому потрібно їх економити та берегти. Саме тому в передвиборчих програмах усіх кандидатів містилися пункти про енергозбереження, захист та розширення парків, зелених зон.

У 2020 році четверта частина з політичних програм не має екологічної складової, 64% – містять окремі положення щодо охорони довкілля і лише 11% мають повноцінну екологічну складову [2, с. 1].

На останніх виборах можемо спостерігати деяку зміну акцентів. Нині все більше партій приділяють увагу сортуванню та переробці відходів, хоча на попередніх місцевих виборах більше уваги було до сміттєзвалищ і неконкретних обіцянок «вирішити смітєву проблему».

Діючий президент України Володимир Зеленський у своїй передвиборчій програмі також згадує проблеми екології, а саме: *«Екологія країни – інвестиція в майбутні покоління. Запровадження європейських стандартів промислового і продовольчого виробництва. Україна повинна стати світовим екологічним продовольчим супермаркетом. Сортування і переробка сміття, відмова від пластику, контроль вирубки лісу, забруднення річок, виснаження чорноземів – наш внесок у майбутнє країни»* [1, с. 19]. Згодом президент підтвердив, що підтримує відмову від пластику та планує підняти питання, про відмову від пакетів.

У програмі кабінету міністрів також був блок, що стосувався вирішення екологічних проблем, а саме: посилити контроль та відповідальність за порушення у сфері екологічного законодавства; запровадити систему автоматичного моніторингу викидів на підприємствах; створити систему збору, аналізу та поширення даних про стан повітря; впровадити планові перевірки суб'єктів господарювання відповідно до ризиків для навколишнього середовища, а також створити реєстр підприємств, які

впливають на навколишнє середовище; підготувати на основі директив ЄС пакет законів, щоб унормувати поводження з відходами; посилити відповідальність за несанкціоноване поводження з відходами; запровадити систему моніторингу, звітності та верифікації викидів парникових газів. Крім того, Кабмін обіцяє створити національну систему адаптації до зміни клімату, а також допомогти громадянам підготуватися до наслідків таких [3, с. 1]

Серед інших обіцянок є і такі: Партія «Батьківщина» обіцяє зменшити забруднення навколишнього середовища та вирішити проблему зі сміттям, хоча пояснення як саме не дає. Партія «Слуга народу» обіцяє запровадити кримінальну відповідальність за грубі порушення правил поводження з відходами та створити законодавчі стимули для будівництва сміттєпереробних заводів. Депутати-мажоритарники в своїй більшості також обіцяють зменшити рівень забрудненості навколишнього середовища, та поширювати інформацію, щодо важливості сортування сміття та його переробки. Кандидати у мери міст в своїй більшості обіцяли побудувати сміттєпереробні заводи.

Рівне стало єдиним обласним центром України, де немає жодної «червоної» програми, а відсоток програм зі значною увагою до довкілля – 38%. Лише передвиборча кампанія Віталія Ковалю – це приклад того, як екологія та активний спосіб життя може стати PR-кампанією.

Важливим став PR в соціальних мережах та з часом такий вид PR допомагатиме екології все більше, а саме витіснятиме паперові листівки з гаслами кандидатів. З дедалі більшим технологічним прогресом люди все менше звертають увагу на подібний вид агітації, а білборди вже давно не приваблюють, навіть навпаки, ставлять перед запитанням "навіщо так багато?". Ніхто з виборців не обирає кандидата з погляду на білборд, тепер це застарілий спосіб реклами для політиків, ціллю яких має бути молодь, з'явилися альтернативні способи агітації.

Отже, екологічні проблеми є одними з найважливіших та найактуальніших проблем нашого часу. І хоча раніше влада в Україні не приділяла великої уваги екологічним проблемам, зараз ситуація починає змінюватись. Таким чином політики у своїх PR- кампаніях починають приділяти все більше уваги екології, говорять, що готові вирішувати проблеми. Так, політичні діячі отримують підтримку електорату, а саме активістів, які турбуються про екологію держави та усієї планети.

1. Соловйов О. Передвиборні програми кандидатів на пост президента України. *Газета кабінету міністрів*. 2019. 7 березня. С. 19. 2. Андрусович Н. Зі сміттям на вибори: як українські партії просувають екологічні ініціативи. Євроінтеграція : вебсайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/10/22/7115624> (дата звернення: 13.03.2021). 3. Худякова О. Проблеми екології: що обіцяють українські політики Слово і діло : вебсайт. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/10/22/statija/polityka/problemy-ekolohiyi-obicyayut-ukrayinski-polityky> (дата звернення: 13.03.2021).

Пастушок С. Л., студент, **Адасюк І. П.**, к.е.н., старший викладач (Інститут післядипломної освіти Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ТАРГЕТИНГОВОЇ РЕКЛАМИ У ФЕЙСБУК ТА ІНСТАГРАМ

Інтернет-маркетинг відіграє важливу роль у діяльності суб'єктів господарювання, адже Інтернет охопив життя понад 60% населення усього світу [5]. Такі тенденції сприяють розвитку сучасних підходів до просування товарів та послуг, зокрема популярності таргетингової реклами.

Велику увагу науковці зосереджують у своїх працях на проблемах Інтернет-маркетингу і мало уваги приділяють дослідженню таргетингової реклами у соціальних мережах Фейсбук та Інстаграм. Таргетингову рекламу вивчали О.С. Євсейцева [1], М. О. Луценко [2], М.В. Мальчик [3], Т.Ю. Примак [2], С.Б. Романишин [4] та інші.

Таргетингова реклама у Фейсбук та Інстаграм є різновидом реклами, яка передбачає покази лише на чітко визначену категорію користувачів – цільову аудиторію. Такий вид реклами найбільш популярний у соціальних мережах, а визначення цільової аудиторії є ключовим моментом правильного налаштування таргету. Параметр цільової аудиторії підвищує ефективність таргетингової реклами одночасно із раціональним підбором відповідної мети та рекламного бюджету.

Параметрами таргетингу можуть бути: вік, стать та інтереси користувачів, географічне користування, тривалість показу, час показу, рекламний бюджет, плейсменти та інші. Публікації рекламного оголошення передують процес перевірки відповідності вимогам до рекламних матеріалів. Після цього реклама представляється до показу, а по її завершенню – соціальна мережа надає можливість проаналізувати ефективність таргетингової реклами та сформулювати відповідний звіт.

Використання таргетингової реклами хоч і популярний інструмент маркетингових комунікацій, проте містить свої переваги та недоліки. Отже, виділимо переваги:

- Для використання реклами не потрібен веб-сайт. Достатньо мати бізнес сторінку у соціальній мережі.
- Налаштовувати та управляти рекламою можна з одного рекламного кабінету – Ads manager Фейсбук.
- Функціонал запуску реклами доступний через Ads manager Фейсбук або безпосередньо під публікацією у будь-якій соціальній мережі.
- Детальний таргетинг цільової аудиторії.
- Масштабне охоплення цільової аудиторії.
- Запуск реклами можливий при мінімальному бюджету 1 дол. США.
- Доступність зміни рекламних параметрів під час активної рекламної кампанії.
- Після завершення рекламної кампанії соціальні мережі генерують звіт результативності за ключовими параметрами.
- Кожна рекламна кампанія проходить перевірку щодо граматичних помилок, цензури, використання персональних даних, логотипів і т.д.

- Соціальна мережа сприяє оптимізації лідогенерації за вказаними параметрами таргетингу.

Серед недоліків таргетингової реклами у Фейсбук та Інстаграм виокремимо наступні:

- Рекламу варто налаштовувати окремо для Фейсбуку та Інстаграму, адже різняться інтереси та соціально-демографічні параметри цільової аудиторії.

- Рекламну кампанію слід вибудовувати за параметрами таргетингу окремо за видами інтересів цільової аудиторії.

- Нав'язлива реклама у Фейсбук та Інстаграм викликає роздратування цільової аудиторії.

- Мінімальна конверсія рекламодавця з цільовою аудиторією.

- Збільшення охоплення рекламного показу доступне при збільшенні ремного бюджету.

- Результативність реклами прослідковується при тривалій рекламній кампанії.

- Ймовірність витрати рекламного бюджету зростає при відсутності компетенції рекламодавця у стратегії SMM та налаштуванні таргетингової реклами.

- Результативність реклами має тенденцію до спаду при тривалих часових паузах.

Незважаючи на вказані недоліки, популярність таргетингової реклами зростає серед рекламодавців, а маркетологи активно пропонують цю послугу у SMM-бізнесі. Пошук нових клієнтів через соціальні мережі Фейсбук та Інстаграм – один із маркетингових інструментів для формування клієнтської бази та збільшення обсягу продажу товарів, послуг. У наш час немає жодного бізнесу, який би не використовував такі інструменти у своїй маркетинговій стратегії, що зумовлює необхідність подальших досліджень даної теми.

1. Євсейцева О. С., Меркулова Д. Д. Таргетинг – цілеспрямований вплив на споживача. *Економіка та держава*. 2019. № 3. С. 107–113. 2. Примак Т. Ю., Луценко М. О. Ефективні інструменти інтернет-маркетингу в туристичному менеджменті. *Соціальні комунікації. «Young Scientist»*. 2017. Листопад. № 11 (51). С. 758–763. 3. Мальчик М. В., Адасюк І. П. Таргетингова реклама як інструмент просування бізнес-сторінок у соціальних мережах. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2020. № 3 (91). С. 127–136. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/19455/1/Ve9112%20%281%29.pdf> (дата звернення: 20.03.2021). 4. Романишин С. Б., Гресків І. Р. Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2015. № 819. С. 183–188. 5. Звіт «Цифрові технології 2020» (Digital 2020). Ми – суспільство: вебсайт. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#> (дата звернення: 20.03.2021).

Полонський О. О., студент, **Коротун О. П.**, старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

СОЦІАЛЬНА ФУНКЦІЯ РЕКЛАМИ У СПОРТІ

Сучасний спорт – один з найважливіших та найдинамічніших видів розваг. Це глобальне явище, з яким, так чи інакше, пов'язана більшість жителів нашої планети. Мільярди жителів споживають спортивні продукти в формі видовищ, особистої участі або спортивних товарів. Спорт в цілому, його окремі види, конкретну подію, хокейний клуб, відомий спортсмен - всі вони мають певну кількість шанувальників, вони готові віддавати свій час і гроші, а іноді самих себе для завоювання великих титулів, присвоєння різних звань і все для одного грати і вигравати заради своїх уболівальників на стадіонах. Популярність спортивних змагань, фестивалів, і заходів незмінно зростає, привертаючи увагу все більшої кількості глядачів. Це робить спорт одним з найбільш ефективних каналів комунікації просування товарів і послуг, а спортивний маркетинг – необхідним інструментом сучасних бізнес-технологій.

У спорті і спортивній індустрії повсюдно використовується реклама. Реклама необхідна окремим спортсменам, спортивним організаціям або промисловим фірмам для успішного ведення своєї комерційної діяльності, з метою забезпечення одержання підприємницького прибутку.

Сучасні ринки пропонують споживачеві велику кількість товарів, а збут відбувається в умовах жорсткої конкуренції. Таким чином, щоб окремому спортсмену, спортивному клубу або фірмі-виробнику продати свою продукцію, їм необхідно вступити в конкуренцію між собою, спробувати виграти боротьбу за уболівальників або споживачів. У таких умовах потрібно домогтися, щоб купували саме твій товар, послуги або інформацію. Незамінним інструментом реалізації цього найважливішого завдання є реклама.

Для досягнення двосторонньої комунікації в спорті часто використовується індивідуальна реклама, яку проводять так звані авторитетні особи серед своїх послідовників. Наприклад, в середовищі молоді, що захоплюється бодібілдингом, чимало послідовників А. Шварценеггера (або ж серед людей, що займаються східними єдиноборствами, вельми популярний Чак Норріс). Коли він особисто спілкується зі своїми послідовниками, розповідає, які використовує тренажери, системи вправ, яку спортивне взуття та одяг переважно, якими вітамінами користується – це має підвищений ефект впливу на цільову групу. Крім того, послідовники авторитетної особи згодом обговорюють всі порушені в рекламі питання між собою, у колі своїх друзів і знайомих, що приносить комутатору додаткових прихильників.

Спортивні реклами завжди привертають увагу, заряджають енергією і мотивують. Іноді рекламні кампанії здатні не тільки успішно продавати товар, а й змінювати наше повсякденне сприймання речей. Розглянемо декілька прикладів реклами:

«Неможливо – це ніщо» – таким довгий час був слоган бренду Adidas. Цей вислів взято із цитати легендарного американського боксера

Мухаммеда Алі. Вона надихає руйнувати наявні в голові межі і прямувати до своєї мети. «Неможливо» існує, але ти можеш його подолати. Кампанія була спрямована здебільшого на молодь, проте мала шалений успіх серед усіх демографічних груп. Кожен зміг ототожнити себе з певним життєвим викликом. Рідко колаборація між брендом і спортсменом стає такою потужною. Adidas не просто репрезентував досягнення Мухаммеда Алі, а й прийняв його філософію як кредо свого бренду.

Слоган компанії Nike «Just Do It» – «Просто зроби це» – уже давно став крилатим висловом. У 1988 році бренд випустив з ним першу рекламу, зображаючи 80-річного марафонця Волта Стака на мосту в Сан-Франциско. Навіть у такому віці, звичайний будівельник регулярно пробігав марафони й ультрамарафони (80 км). Ця реклама була справжнім натхненням для кожного. З того моменту фраза «Просто зроби це» стане фірмовим слоганом Nike і перетворить нішевий бренд на глобального мультимільярдного гіганта. «Це була реклама, що перевершувала сам продукт. Nike – це не дизайн і не стиль. Це – ідея. Вони володіють спортом, його пристрасстю, його витримкою», – каже Боб Гарфілд, експерт і консультант у рекламній галузі.

Ностальгічне відео з баскетболістом Майклом Джорданом здобуло справжній комерційний успіх. Спочатку бренд ізотонічних напоїв Gatorade планував взяти пісню «Я хочу бути, як ти» з мультфільму «Книга джунглів», але Disney попросив за це забагато грошей. Надихнувшись текстом пісні, за максимально короткий час – 15 хвилин, написали нову – «Будь, як Майк». Цікаво, що автор причепливої мелодії також створив джінгл «I'm Lovin' It» для Макдональдс. «На мою думку, те, що вони не змогли домовитись із Діснеєм, стало однією з причин успіху. Джордана обурювала сама ідея сказати «Я їду до Діснейленду»», – говорить композитор Іра Антеліс. Ця кампанія була розроблена навколо однієї беззаперечної істини: всі хочуть бути схожими на Майкла Джордана. На відео Джордан грає з дітьми так само, як ми бачимо дядька, що грає зі своїми племінниками. Майкл – справжня легенда. І завдяки комерції, яка увіковічила його образ, не лише баскетбольні фанати змогли наслідувати спортсмена.

Тому можна зробити висновок, що спортивні реклами завжди привертають увагу, заряджають енергією і мотивують. Не всі рекламні кампанії націлені лише на успішний продаж товарів, а й мають перед собою ціль у вигляді мотивації своїх споживачів, а також піднімати глибоко соціальні теми, що у свою чергу змінює наше повсякденне життя.

1. Жолобова Ю. В., Ревина Т. О. Спонсорство зрелищних заходів як найбільш ефективний спосіб позиціонування бренду. *Маркетингові комунікації*. 2012. № 1 (67). С. 2–9. 2. Имас Е. В., Мичуда Ю. П., Ярмолюк Е. В. Маркетинг в спорте: теория и практика : монография. Киев : НУФВСУ, Олимп. лит., 2015. 228 с. 3. Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Д., Армстронг Г. Основы маркетинга, 4-е европейское издание. Москва : Вильямс, 2007. 1200 с. 4. Нагірний Ю. Е. Міжнародні стратегії економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 3. С. 35–39. 5. Омельченко П. К. Інновації у сфері маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 3. С. 22–27. 5. Корневский С. А. Физическая культура и спорт в условиях рыночных отношений. Смоленск : СГИФК, 2013. 245 с.

Пономаренко А. В., студентка, **Попко О. В.**, д.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ РІВНЕНСЬКОГО РЕГІОНУ

Туризм в Україні являється одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки, що створює передумови для активізації туристичної діяльності як на рівні країни, так і на рівні окремих її областей, зумовлює підвищений інтерес до її наукових досліджень.

Рівненщина має значний потенціал для розвитку туризму, передусім – внутрішнього: 50 готелів та інших засобів розміщення, близько 70 садіб сільського туризму; 3258 пам'яток історії, культури та архітектури, а також заповідники, природні та ландшафтні парки, збережена автентична історико-культурна спадщина Полісся і Волині, розвинена транспортна інфраструктура, наявні лісові та водні ресурси.

За даними мобільних операторів у 2018 році Рівненщину відвідали майже 5 мільйонів туристів, з них 500 тисяч іноземців. До місцевих бюджетів за результатами туристичної діяльності сплачено 67 мільйонів гривень, а це на 23% більше за попередній рік. Екологічний податок 1,5 мільйони гривень, туристичний збір – 355 тисяч гривень.

Туристичний збір по області сплачується за ставкою від 0,5% до 5%. Туристичний збір є місцевим збором, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. Туристичний збір встановлюється на базі Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та Податкового Кодексу України (ст. 268). У цілому надходження туристичного збору до місцевих бюджетів Рівненської області впродовж першого півріччя 2020 року сплатили до місцевих бюджетів Рівненщини 628,5 тис. грн. туристичного збору, що на 273 тис. грн. або на 77% більше, ніж за аналогічний період 2019 року [1].

Основними програмними документами, які визначають пріоритети, завдання та заходи органів виконавчої влади області щодо розвитку господарського комплексу та соціальної сфери є «Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2021–2023 роки» [2]. Зазначеною Стратегією визначено два пріоритетних на сьогодні для міста кластерів – кластер туризму та бізнес-послуг. Кластер туризму вже зараз є важливою складовою економіки Рівненщини. Для створення потужного туристичного кластеру потрібно суттєво вдосконалити інфраструктуру області та м. Рівного.

Ключові завдання розвитку туристичної діяльності Рівненщини та можливі сфери реалізації проєктів відповідно до Стратегії розвитку Рівненської області, наведено нами на наступному рисунку.

1. Розвиток туристичних об'єктів, продуктів та мереж:

- ідентифікація та маркування туристичних та рекреаційних об'єктів;
- створення та реконструкція малих об'єктів обслуговування туристів;
- доповнення туристичних пропозицій особливими програмами в церквах та виставками в музеях;
- встановлення міжнародно визнаних туристичних позначень, знаків, інформаційних шитів і покажчиків навколо туристичних об'єктів;
- організація навчання для підприємців-початківців у сфері сільського туризму;
- створення механізму відшкодування відсотків за кредитами для операторів послуг у сфері сільського туризму;
- проведення навчальних семінарів для власників осель сільського туризму та туристичних операторів;
- проведення курсів іноземних мов для туристичних операторів;
- створення системи дистанційного навчання та консультування кадрів у сфері сільського туризму;
- підтримка розвитку регіонального туризму подій;
- встановлення інформаційних знаків та аншлагов для територій та об'єктів, перспективних для розвитку «екологічного» туризму

2. Туристична промоція області:

- розроблення бренду Рівненщини;
- видання та поширення промоційних туристичних матеріалів;
- промоція традиційних продуктів Рівненщини, місцевих традицій та звичаїв;
- створення обласного туристичного центру;
- створення карти туристичних маршрутів Рівненщини;
- промоція (через публікації, засоби масової інформації) регіональних туристичних можливостей, продуктів та послуг;
- удосконалення туристичного веб-порталу;
- проведення спеціалізованих заходів для промоції туристичного потенціалу (рекламних турів, інфотурів)

3. Покращення стану рекреаційних зон:

- дослідження екологічного стану водних об'єктів та рекреаційних зон;
- облаштування оздоровчих, паркових зон та об'єктів природного середовища

Рисунок. Ключові завдання розвитку туристичної діяльності Рівненщини та можливі сфери реалізації проєктів

З 2020 року глобальні виклики спричинила пандемія коронавірусу Covid-19, що негативно позначилось і на розвитку туристичної галузі, проте вплинуло на поживлення внутрішнього туризму в середині країни.

Доцільно також чітко визначити, який саме туристичний сегмент привабить найбільшу кількість туристів. З метою задоволення потреб та очікувань цільових груп туристів передбачається розвивати туризм за двома

напрямами. Перший із них передбачає утримання туристів у регіоні шляхом відпочинкового туризму на базі природного потенціалу регіону, другий – традиційна гостинність населення регіону, особливо у сільській місцевості, що забезпечує можливість поєднання розміщення туристів із вивченням сільських звичаїв та традицій безпосередньо в селах.

На сьогодні в Рівненській області в сфері туризму функціонують Обласна туристична рада та Експертна комісія з проведення маркування туристичних маршрутів області. Зокрема, на сьогодні до реєстру туристичних маршрутів внесено 11 базових маршрутів [3]. Усім маршрутам присвоєно номери, які і будуть вказані на маркувальних знаках. Такий підхід, окрім формування бази даних про діючі туристичні маршрути, дозволить формувати нові вимоги до якості туристичних послуг та інфраструктури на маршрутах.

Разом з тим, у 2017 році започатковано створення мережі туристичних інформаційних офісів. У 2016–2017 роках Рівненська область розпочала реалізацію низки цікавих ініціатив та проєктів. Серед них, проєкт «Медове коло» – ідея створення Зелених Шляхів в Україні. Територія проєкту охоплює понад 40 населених пунктів, 30 громад з п'яти районів: Березнівський, Гощанський, Костопільський, Корецький та Рівненський. Географія проєкту буде розширюватись і надалі. Разом з тим, проєкт має на меті амбітні плани – приєднатися до європейської мережі Зелених шляхів. Ще одним перспективним проєктом є приєднання Рівненщини до мережі Культурних шляхів Європи.

У цілому, можна відзначити, що Рівненщина має значний потенціал для розвитку туризму, передусім – внутрішнього. З огляду на стан туристичної активності Рівненщини, пріоритетними завданнями у найближчій перспективі будуть: становлення місцевого туристичного продукту, розвиток мережі туристичних інформаційних офісів; розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури та територій; екологічний та активний туризм; впорядкування та облаштування територій туристичних об'єктів, рекреаційних зон, місць масового перебування туристів.

1. Про соціально-економічне становище Рівненської області. URL: <http://www.rv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.03.2021). **2.** Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2021 – 2023 роки. Офіційний сайт РОДА. URL: <https://www.rv.gov.ua/pro-programu-rozvitku-turizmu-v-rivnenskij-oblasti-na-2021-2023-roki-proekt> (дата звернення: 25.03.2021). **3.** Рівненщина туристична: вебсайт. URL: <https://rivne.travel/trips> (дата звернення: 25.03.2021). **4.** Офіційний сайт Рівненської обласної державної адміністрації. URL: <https://www.rv.gov.ua> (дата звернення: 25.03.2021).

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Світ безперервно змінюється, у кожній сфері відбуваються зміни, вносяться інновації, що дає змогу постійно розвиватись та навчатись новому. В епоху пандемії COVID-19 життя змусило нас відчувати усі сучасні технології 21-го століття. Сучасні програмні рішення дозволяють автоматизувати процеси обробки інформації щодо характеру та динаміки навчального процесу, його контроль, стратегії навчання та запити з боку тих, хто навчається.

Порядок здійснення освітньої діяльності регулюється Законом України «Про освіту», пунктом 18 частини першої статті 1 якого встановлюється, що освітня послуга – це комплекс визначених законодавством, освітньою програмою та/або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, що мають визначену вартість та спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання. Основними ознаками освітньої послуги є: 1) надання суб'єктом освітньої діяльності; 2) здійснення таким суб'єктом комплексу дій, що затверджений законодавством, освітньою програмою та/або договором; 3) має на меті отримання певних результатів навчання здобувачем освіти [1].

COVID-19 – момент, що розділив діджиталізацію суспільства на «до» і «після». Сам термін діджиталізація оновлений, осучаснений іншими словами «цифрова трансформація»- це перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі [2]. З технічної точки зору, діджиталізація (оцифровування, оцифрування, дигіталізація) [3] – це процес переведення інформації в цифрову форму. Переваги діджиталізації в період дистанційного навчання:

- економія часу та фінансів через відсутність поїздок до місця призначення;
- можливість навчатись у будь-який час і у будь-якому місці;
- мобільність, зручність, доступність до навчальних матеріалів;
- у деяких спокійна обстановка для зосередження і більшої концентрації для навчання.

Звичайно поряд з перевагами є й помітні недоліки:

- відсутність живої комунікації з одногрупниками, однокурсниками, а також з викладачами;
- особиста неорганізованість, відсутність постійної мотивації та дисципліни над собою;
- неможливість концентруватись на роботі вдома, через присутність

інших членів сім'ї;

- збільшення навантаження на особу;
- додаткові витрати на обладнання та Інтернет;
- технічний аспект – студенти не завжди можуть мати необхідне

технічне обладнання: комп'ютер або доступ в інтернет [4].

Більшість навчальних закладів перейшли на дистанційний режим навчання, цінність якісної освіти зростає, тому виникає необхідність покращувати освітню діяльність усіма способами. Створюють нові онлайн-інструменти для покращення освітнього процесу для її безперервності, оволодівають новими технологіями викладання тощо.

Перехід до сучасного інформаційного суспільства вимагає від кожної особистості уміння, володіння новими навичками, знаннями, що дозволяє успішно здійснювати інформаційну комунікацію. Потрібно вміти чітко організувати навчальний процес, розподіляти обов'язки та багато інших моментів.

Цифрова трансформація стає головним трендом сучасності та перетворює процеси усіх сфер суспільного життя. Сьогодні вже неможливо закладу освіти залишатися осторонь цифрової трансформації. Цифрові технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного буття, а особливо для надання освітніх послуг, тому спроба уникати їх використання означає втікати від реальності [5].

Діджиталізація освітніх послуг – використання дистанційних платформ для впровадження систем дистанційного навчання, наприклад: топ три платформи в Україні Moodle, Google Classroom і Microsoft Teams, а також часто використовуваним є ZOOM та Skype. Нові формати організації навчального процесу розробляються для того, щоб зробити процес навчання максимально легким і ефективним. Щоб допомагати студенту засвоювати нову інформацію, спираючись на відкритий доступ до інформації і її використання для досягнення результату.

Отже, завдяки діджиталізації здобувачі освіти, викладачі мають змогу налаштовувати освітній процес таким чином, щоб отримані знання під час дистанційного навчання залишались на такому або ж на вищому рівні як під час офлайн занять, адже важливо зберегти класичну систему надання освітніх послуг.

1. Закон України про освіту від 05.09.2017. *Відомості Верховної Ради*. 2017. № 38–39, ст. 380. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 25.03.2021). 2. Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. Евергрін : вебсайт. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html> (дата звернення: 25.03.2021). 3. Оцифровування, оцифрування, діджиталізація. Шурлі : вебсайт. URL: <http://surl.li/fooo> (дата звернення: 25.03.2021). 4. Дистанційне навчання. Переваги та недоліки. ДЮІ МБС України: вебсайт. URL: <https://www.dli.donetsk.ua/news/2020-06-04-3> (дата звернення: 25.03.2021). 5. Цифрова трансформація. URL: <https://conf.zippo.net.ua/?p=152> (дата звернення: 25.03.2021).

Хоменчук Д. В., аспірант, **Мальчик М. В.,** д.е.н, професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ХОЛІЗМ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Сучасний маркетинг має відповідати як еволюційним завданням всього людства, так і потребам окремої людини як позитивної особистості. Позитивною є особистість немаргінального типу, інтереси і запити якої не вступають у конфлікт з завданнями розвитку людства.

Маркетинг відіграє важливу гуманістичну роль, оскільки сприяє покращанню якості життя людини, в тому числі підвищенню рівня комфорту, задоволенню потреб, а також збільшенню часу на відпочинок, саморозвиток і неформальні комунікації. Маркетингова концепція управління підприємствами, територіями, державами тощо разом із свободою підприємництва, вільним ціноутворенням і конкуренцією, створює умови для збалансування обсягів попиту та пропозиції.

Еволюція свідомості людства і його світосприйняття, нові завдання виживання й розвитку суспільства, ускладнення умов функціонування ринкової економіки викликають потребу у новій філософії організації соціального й економічного життя. Такою філософією може стати філософія цілісності (холізму). Потреба у врахуванні законів цілісності існує у всіх сферах діяльності людини, в тому числі у сфері бізнесу, економіки та маркетингу.

Філософ і громадський діяч Ян Крістіан Сматс у своїй праці «Холізм і еволюція» дав наступне визначення: «Холізм (від holos – ціле) – це термін для позначення фундаментального фактору, що діє у напрямку створення цілісності у всесвіті» [3, с. 86]. Крім того, Я.Х. Сматс вважав фактор цілісності всеосяжним: «...Ідея цілісності ... не повинна обмежуватися біологічною областю; вона охоплює як неорганічні речовини, так і вищі прояви людського духу» [3, с. 5]. Отже, цілісність стосується не тільки біологічної сфери, але й також всієї діяльності людини, в тому числі її важливої складової – маркетингової діяльності.

Я.Х. Сматс визначає, що ціле є результатом синтезу і є дещо більшим, ніж сума його частин; ціле і частини взаємно впливають і визначають одне одного: «...ми помічаємо фундаментальні цілісні ознаки як єдність частин, яка настільки близька й інтенсивна, що є чимось більшим, ніж сума його частин; ... синтез впливає на частини і визначає їх, так що вони діють у напрямку до «цілого»; і тому ціле і частини взаємно впливають і визначають один одного і, здається, більш-менш об'єднують свої індивідуальні характери: ціле знаходиться в частинах, а частини - в цілому» [3, с. 5].

Я.Х. Сматс визначає центральну роль людини, особистості в еволюції: «...центральний контроль набуває свідомість; ..., і, нарешті, особистість,

яка є вищим, найбільш розвиненим цілим серед структур всесвіту ...» [3, с. 5].

Американський дослідник Сем Бінгхам у своїй роботі «Холістичне управління» розглядає людину як частину екосистеми. Він наводить наступні ознаки втрати біологічної різноманітності на території африканських країн: «Виникнення і розширення пустель (опустелювання). – Збільшення кількості повеней і засух. – Зниження рівня ґрунтових вод і висихання природних водних джерел. – Швидка ерозія ґрунту і замулювання русел річок, дамб і гирл. – Утворення дюн в піщаних районах. – Зниження продуктивності землі і/або збільшення витрат на підтримку продуктивності. – Розмноження бур'янів. – Розмноження птахів і комах-шкідників у великій кількості. – Збільшення числа хворих рослин і тварин. – Конфлікт між людьми. – Фінансові проблеми в селах, селищах і містах. – Руйнування та занедбаність міст і галузей промисловості» [1, с 6-7]. Саме холістичний підхід до управління буде сприяти вирішенню екологічних, економічних і соціальних завдань як єдиного цілого.

Холістичний підхід до позиціонування людства у Всесвіті є правильною методологічною платформою для прогресивної трансформації свідомості людини та всіх видів її діяльності, рис.



Рисунок. Холістичний підхід до позиціонування людства у Всесвіті (розробка автора)

Підприємство є цілим, яке створене (синтезовано) власниками бізнесу. Кожне підприємство є учасником певних ринків і одночасно ланкою певної галузі національної економіки, учасником і фактором життя певної територіальної громади. Разом з тим підприємство має внутрішнє середовище, що складається з частин – бізнес-підрозділів, які певним чином взаємодіють між собою і з зовнішнім середовищем. Успіх такої взаємодії залежить від повноти розуміння і врахування законів цілісності.

Концепція холізму активно використовується в сучасній медицині, психології, в управлінні екосистемами, в бізнесі й маркетингу. При цьому

використання холізму в управлінні бізнес-процесами за маркетинговою концепцією вимагає додаткового обґрунтування та конкретизації.

Формування концепції холістичного маркетингу є релевантною відповіддю маркетингової теорії і практики на запити сьогодення. У своїй книзі «Маркетинг менеджмент» Ф.Котлер і К.Л.Келлер створили фундамент холістичної концепції маркетингу, визначивши його головні складові: внутрішній маркетинг, інтегрований маркетинг, соціально відповідальний маркетинг і маркетинг взаємовідносин [2].

У відповідності до поглядів Ф. Котлера і К.Л. Келлера інтегрований маркетинг – це маркетинг, який реалізується у відповідності до класичної моделі «4Р»; він спрямований на зовнішнє маркетингове середовище, центральною складовою якого є споживачі, клієнти, покупці.

«Внутрішній маркетинг – забезпечення прийняття належних маркетингових принципів усіма співробітниками організації, і особливо її вищим керівництвом» [2, с. 47].

«...Соціально відповідальний маркетинг – розуміння етичного, екологічного, правового і соціального контекстів маркетингових заходів і програм» [2, с. 48].

«Маркетинг взаємовідносин (партнерських відносин) – це практика побудови довгострокових взаємовигідних взаємодій з ключовими ринковими партнерами компанії (покупцями, постачальниками, дистриб'юторами та ін.) з метою встановлення тривалих привілейованих відносин. Маркетинг взаємовідносин спрямований на встановлення тісних економічних, технічних і соціальних зв'язків з партнерами» [2, с. 44].

Положення холістичного маркетингу, що сформульовані Ф.Котлером і К.Л. Келлером, є фундаментальним, класичним, але потребують подальшого розвитку й деталізації у зв'язку з еволюцією свідомості людства, розвитком технологій, глобалізацією, діджиталізацією, негативними реакціями навколишнього середовища на прояви деструктивної діяльності людства, а також через доцільність врахування запропонованого нами холістичного підходу до позиціонування людства у Всесвіті.

1. Bingham S., Butterfield J., Savory A. Holistic Management Handbook: Healthy Land, Healthy Profits. Washington : Island Press, 2006. 272 p.
2. Kotler P., Keller K. L. Marketing management. 15th edition. Harlow : Pearson Education, 2016. 832 p.
3. Smuts J. C. Holism and Evolution. New York : Macmillan Inc., 1926. 367 p.

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Асоєв С., студент, **Срібна Є. В.**, к.е.н., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне)

НАФТОГАЗОВА СКЛАДОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТАДЖИКИСТАНУ

Згідно концепції сталого розвитку енергозабезпеченість виступає похідною екологічних вимог. Крім того, сталий розвиток висуває вимоги щодо забезпеченості як електроенергією, так і доступом до якісної питної води.

Мета дослідження – дослідити енергетичний потенціал та його використання в Таджикистані. Відповідно до мети сформовані наступні завдання:

- оцінити енергетичний потенціал Таджикистану;
- прослідкувати тенденції щодо забезпечення країни вуглеводними ресурсами.

Початок розвитку нафтогазової промисловості в Таджикистані можна важчати 1905 р., а у 1908 р. вже працювала площадка Сельрохо (Ферганська нафтогазова область), яка забезпечувала дебіт нафти 7т/добу. Потужний розвиток нафтогазової промисловості в Таджикистані було реалізовано в період 1970-х рр. Максимальний об'єм добування нафти та газу спостерігався у період 1973–1979 рр. (520 млн м³ та 418 тис. т. нафти). В цей час у країні проводились масштабні геологорозвідувальні роботи, які дозволили відкрити 25 родовищ нафти, конденсату і газу. Однак з отриманням незалежності, країна не проводила подальших досліджень. Тому найбільш перспективні родовища знаходяться в стадії розробки. За географією ці поклади неоднорідні. Так, 12 родовищ розташовані в межах Ферганської западини, і 8 знаходяться в межах Афгано-Таджицької западини. При значних потенційних запасах природних вуглеводів в Таджикистан лише 1% переведені в промислові категорії. На даний час в Таджикистані працюють кілька іноземних компаній.

Проте Таджикистан повністю залежить від імпорту нафтопродуктів. Основна частка ввозиться з Росії, а також Туркменістану, Азербайджану та Киргизстану. Зріджений газ в країну імпортується з Казахстану. Природний газ до 2009 року в Таджикистан поставлявся з Узбекистану, проте в подальші роки імпорт припинився за бажанням узбецької сторони.

Потреби Таджикистану в нафтопродуктах перевищує 1 мільйон тонн на рік, а в природному газі потреби становлять близько 2 мільярди кубометрів.

Згідно статистичних даних Міністерства енергетики та водних ресурсів, у 2020 році Таджикистан на 18% збільшив імпорт нафти, причому близько 90% корисних копалин в республіку поставляла Російська Федерація [1].

Уряд країни поставило Міністерство енергетики та водних ресурсів, згідно з якою в 2021-м в республіку має бути поставлено 830 тисяч тонн енергоресурсів.

В зв'язку з залежністю імпорту нафти та газу Таджикистан стикається з серйозними проблемами енергетичної безпеки. Так, президент країни назвав енергетичну безпеку одним із головних пріоритетів уряду для майбутнього розвитку Таджикистану [2]. Зокрема, планується збільшити потенціал у сфері виробництва електроенергії для ергопостачання промислового розвитку та відповідно збільшення експорту. Так, в Національній стратегії розвитку на період до 2030 року Таджикистану в якості можливості для збільшення потенціалу вказуються як відновлювальні джерела енергії (вітрова, сонячна енергія), так і вугілля [3].

Орієнтація Таджикистану на вугілля зумовлена проблемами енергетичної безпеки та значними невикористаними внутрішніми запасами. Залежність країни від виробництва електроенергії гідроелектростанціями веде до сезонного дефіциту електроенергії зимою, внаслідок чого, за оцінками експертів, 1 млн осіб залишаються без надійного електропостачання [4].

В 2015 р. в Таджикистані було добуто 10,5 млн тонн вугілля. А станом на 2021 рік виробляється лише 3% електроенергії з використанням вугілля. Проте Національна стратегія розвитку визначає цілі на майбутнє добування вугілля в обсязі 6,9 – 10,3 мт к до 2025 року та 13,4 – 15,1 мт к до 2030 року та пропонує нові проекти в даному напрямку [5].

Таким чином, можна зробити висновки, що в майбутньому енергетичний сектор економіки Республіки Таджикистан буде розвиватися в наступних напрямках:

1. Гідроенергетика. Адже досвід роботи гідроенергетичного комплексу країни підтвердив можливість результативного промислового освоєння гідроенергоресурсів та їх прибутковість.
2. Ефективне використання нафтових, вугільних та газових родовищ.
3. Енергозбереження, в тому числі широке використання відновлювальної енергетики, в першу чергу сонячної та вітрової.

1. Официальный вебсайт Министерства энергетики и водных ресурсов. URL: https://www.mewg.tj/?page_id=2 (дата звернення: 01.04.2021). 2. Послание Президента Республики Таджикистан Маджлиси Оли Республики Таджикистан. Официальный сайт президента Таджикистана. URL: <http://www.prezident.tj/ru/node/19089> (дата звернення: 01.04.2021). 3. Национальная стратегия развития Республики Таджикистана на период до 2030. Налоговый комитет при правительстве республики Таджикистан : вебсайт. URL: <https://andoz.tj/docs/strategy/1.pdf> (дата звернення: 01.04.2021). 4. Tajikistan Environmental Performance Reviews: Third Review, UNECE, Geneva. Офіційний сайт Юнісеф. URL: <http://www.unece.org/env/epr> (дата звернення: 01.04.2021). 5. End Coal (n.d.), Global Coal Plant Tracker: вебсайт. URL: <https://endcoal.org/tracker> (дата звернення: 01.04.2021).

Бойко Д. І., студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АКТИВІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ КООРДИНАЦІЇ ОФШОРНОГО БІЗНЕСУ

Початок двадцять першого століття охарактеризувався стрімким розвитком і поглибленням глобалізаційних процесів, які супроводжуються значними обсягами вивозу капіталу, інвестуванням в різні види діяльності та посиленням міжнародної співпраці. Офшорна зона є однією з різновидів вільних економічних зон, особливостями яких є створення для підприємців сприятливого валютно-фінансового, фіскального режиму, високого рівня банківської і комерційної таємниці, лояльності державного регулювання. Вивчення особливого статусу офшорних зон та умов їх функціонування слугує вирішенню проблем, пов'язаних із здійсненням тіншових операцій у цих центрах, бо за оцінками спеціалістів, нині майже половина світових капіталів так чи інакше проходить через офшорні території.

За оцінками експертів через офшори проходить більше однієї другої світових грошових потоків, вони контролюють близько 20% загальної вартості всесвітнього багатства, в них розміщено 22% зовнішніх банківських активів. В таких умовах значно зростає міжнародна, зокрема і податкова конкуренція, яка примушує країни шукати нові найоптимальніші шляхи розвитку. А також збільшується відсоток тіншової економіки, що викликає занепокоєння у колі міжнародного співробітництва, зокрема країн «Великої двадцятки».

Інвестиції через офшори розраховані в першу чергу для міжнародних інвесторів. А це громадяни і резиденти всього світу (крім США і самих офшорів). Клієнтами міжнародних страхових компаній стають як британці, так і японці, китайці, росіяни, ізраїльтяни і ін. Інвестиції через офшор особливо підходять для інвесторів, які змінюють місце проживання, живуть і працюють між декількома країнами, мають бізнес в одній країні, а проживають в іншій. З точки зору податкового та спадкового планування їм потрібні структури і портфелі, які не прив'язані до однієї країни.

Офшорні зони, що здійснюють законну діяльність - це країни:

- що дозволяють законно уникнути податкових відрахувань – Великобританія, Кіпр, Шотландія;
- надають вигідні умови для компаній в сфері сільського господарства, туризму, компаній, що здійснюють діяльність в сфері ІТ-технологій – Голландія, Польща, Швейцарія, Латвія;
- створили вигідні умови для компаній, що розвивають проекти в сфері високих технологій – Сінгапур, Китай;
- країни, що вимагають ведення бізнесу на спрощених, але повністю офіційних умовах – Швейцарія, Кіпр, Естонія, Гонконг, Люксембург [1].

Один з найавторитетніших міжнародних фінансових центрів у світі – Гонконг має сприятливе фінансове становище, його «чисті заощадження» перевищують 350% ВВП. Наприклад, банк Гонконгу в 30 разів безпечніший, ніж один з найбільших банків США. Банки Гонконгу пред'являють мінімальні вимоги до відкриття депозиту. Гонконгський долар є ідеальною валютою для власників доларів США. Якщо долар США «обвалиться» то валютне управління Гонконгу «скасує» і переоцінить долар Гонконгу вище, тим самим збереже купівельну здатність. Утримуючи Гонконгські долари, власник отримує всі переваги долара США, але й захист від обвалу валюти. Гонконг пропонує низький обмінний курс валюти.

Сьогодні Сінгапур це один з провідних фінансових центрів у світі, з авторитарним політичним режимом. Чисті активи країни становлять понад 100% ВВП. Банківська система продовжує підтримувати консервативні рівні капіталізації та ліквідності. Сінгапур – оазис фінансової стабільності, економіка тут процвітає. Його нові банки добре контролюються і добре регулюються [2].

Ліхтенштейн – невелике за територією німецькомовне князівство, затиснуте між Швейцарією і Австрією, Ліхтенштейн, як і його швейцарський сусід удосконалив мистецтво банківської справи. Сьогодні Ліхтенштейн справедливо розглядається як добре відрегульована офшорна зона. Країна відповідає всім основним директивам і договорам по боротьбі з відмиванням грошей і податковим регулюванням

На сьогоднішній момент офшорний бізнес займає одне з найважливіших місць в сучасній економіці. Майже кожна велика фірма має дочірні фірми або філії в офшорі. Офшори широко використовуються по всьому світу, в тому числі тими країнами, які ведуть проти них рішучу боротьбу. На юрисдикцію офшорів доводиться від 15% до 40% світових фінансових операцій і від 12% до 17% світових фінансових активів, в залежності від методу підрахунку і сфери дослідження [3]. Що характерно, чим в країні більш розвинений фінансовий сектор і чим більше розвинена економіка, тим активніше її резиденти використовують офшори, причому в першу чергу для оптимізації оподаткування, оскільки система захисту власності в розвинених країнах працює добре.

Важливим інструментом міжнародно-правового регулювання офшорного бізнесу є діяльність Групи розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням коштів (FATF). Ця організація розробляє заходи щодо формування в кожній державі режиму протидії легалізації незаконно отриманих доходів. Рекомендації FATF спрямовані, по-перше – на вдосконалення правової системи в державі, по-друге – підвищення ролі фінансових та кредитних установ у протидії відмиванню грошей, по-третє – на активізацію міжнародного співробітництва в цій сфері. FATF відповідно до критерії ризиків було розроблено два списки держав – «сірий» і

«чорний». Це ті держави, які відхиляються від застосування контрзаходів для захисту світової фінансової системи від ризиків відмивання грошей.

До ефективних механізмів деофшоризації слід віднести заходи, які проводить ОЕСР. У звіті BEPS «Про розмивання податкової бази та виводу прибутку з оподаткування» запропонована «дорожня карта», яка дає змогу країнам отримувати належний їм прибуток від оподаткування, сприяти більшій прозорості та покращенню обміну інформацією, неспроможності штучного переводу прибутку в низько-податкові юрисдикції, більшій передбачуваності та впевненості бізнесу.

Говорячи про досвід країн світу щодо деофшоризації економіки, слід виділити концепцію CFC (контроль над іноземними компаніями), яка була спрямована саме на запобігання ухиленню від сплати податків за допомогою офшорних компаній. Суть концепції: прибуток зарубіжної компанії, яка контролюється резидентами цієї держави, для цілей оподаткування зараховується в прибуток резидента, тому пряме використання офшорних компаній для акумулювання зарубіжних прибутків не дає власникам цих компаній законної можливості позбутися оподаткування за місцем проживання [4].

Отже, офшори і далі будуть розвиватися в умовах постійного політичного і економічного тиску, оскільки на них є попит і у них є клієнти, в тому числі серед тих, хто веде проти них боротьбу, незважаючи на нестабільність фінансової системи, фінансові кризи, міжнародну кооперацію та антиофшорну риторику. Потреба в офшорах зумовлена об'єктивними передумовами, зокрема, елементарною економічною конкуренцією. Світові фінанси зав'язані на офшори, а деякі респектабельні країни заробляють на обслуговуванні офшорних компаній. Недосконалість світової фінансової системи компенсується офшорами, як елементом фінансової свободи підприємницького капіталу.

1. Инвестиции через оффшор: в чем выгода и удобство? Юніт-лінкед програми : вебсайт. URL: <https://unit-linked.ru/blog/investitsii-cherez-offshor> (дата звернення: 23.03.2021). **2.** Оффшор Сингапур: залог успеха – инвестиции в научные исследования и инновации. Портал офшорної індустрії : вебсайт. URL: <https://internationalwealth.info/offshore-business-abroad/success-investments-in-science-and-innovation> (дата звернення: 23.03.2021). **3.** Bloomberg оприлюднив рейтинг найбільш інноваційних країн: Україна "вилетіла" з топ-50. Рубрика : вебсайт. URL: <https://rubryka.com/2019/01/22/bloomberg-oprylyudnyv-rejtyng-najbilsh-innovatsijnyh-krayin-ukrayina-vyletila-z-top-50> (дата звернення: 23.03.2021). **4.** Деофшоризація України у світлі нової світової тенденції. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ : вебсайт. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2173:deofshorizatsiya-v-ukrajini&catid=8&Itemid=350 (дата звернення: 23.03.2021).

Вашай Ю. В., к.е.н., доцент, **Мельник Я. О.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

УКРАЇНА В СИСТЕМІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БЕЗПЕКИ

*«Євросоюз потрібен, щоби життя кращим,
а НАТО – щоби життя взагалі було»*

Гітанас Науседа, Президент Литви

Сучасний світ стрімко змінюється, і ці зміни однаково відчутні і небезпечні як для традиційно слабких, уразливих держав, так і для благополучних країн так званого «золотого мільярда». Основним трендом сучасності, що несе світу ці зміни, є глобалізація.

За період, що минув з моменту набуття Україною незалежності, навколишній світ істотно змінився і готується до ще більш масштабних змін. А внутрішня, і особливо зовнішня, політика сьогоденної України здійснюється в застарілій системі координат двополюсного світопорядку. Питання про членство в НАТО або інших міжнародних військових організаціях повинно бути не самостійною проблемою, а похідною від стратегії національної безпеки України. А стратегія, у свою чергу, має давати чітке уявлення про роль, яку відіграє країна в світовій політичній та економічній системі [1].

Україна є учасницею Організації з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ) з 30 січня 1992 року. Нарада з безпеки та співробітництва в Європі (НБСЄ), що проходила з 3 липня 1973 р. по 1 серпня 1975 р. за участю 33-х європейських держав, США і Канади, завершилася підписанням главами держав і урядів у Гельсінкі Заключного акту, який визначив засади співробітництва держав в Європі та став довгостроковою програмою дій, спрямованою на будівництво єдиної, мирної, демократичної і процвітаючої Європи. Сьогодні ОБСЄ є найбільшою регіональною організацією, яка об'єднує 57 держав Європи, Центральної Азії та Північної Америки для розвитку політичного діалогу та співробітництва у сфері безпеки в усіх її вимірах – військово-політичному, економіко-довкільному та гуманітарному.

Серед пріоритетів діяльності України в ОБСЄ слід відзначити:

- зміцнення потенціалу ОБСЄ як платформи для політичного діалогу та інструменту раннього попередження, запобігання конфліктам, врегулювання кризових та конфліктних ситуацій;

- відновлення дотримання Російською Федерацією основоположних принципів згідно з Гельсінкським заключним актом НБСЄ 1975 р. та зобов'язань в рамках ОБСЄ внаслідок військової агресії на сході України, окупації та анексії АР Крим та м.Севастополь, засудження викрадення та незаконного утримування українських громадян в Росії;

- сприяння процесу пошуку моделей мирного врегулювання Придністровського конфлікту;

- забезпечення посередницької ролі ОБСЄ у рамках врегулювання Грузинського та Нагірно-Карабахського конфліктів;
- посилення потенціалу ОБСЄ у боротьбі з транснаціональними викликами та загрозами безпеці;
- подальша розбудова та зміцнення в рамках ОБСЄ діалогу з питань енергетичної безпеки;
- питання захисту навколишнього середовища, протидії торгівлі людьми, просуванню терпимості і недискримінації, утвердженню свободи слова, проблемам національних меншин у міждержавних відносинах [3].

Ряд сучасних систем колективної безпеки (наприклад, НАТО) можуть виявитися недостатньо ефективними. Реалізуючи місію забезпечення безпеки держав-членів, НАТО дедалі більше виходить за рамки оборонної діяльності в суто військовому значенні цього слова. Тому необхідно вже сьогодні конструювати простір безпеки для України XXI століття. На даному етапі атлантичний вибір України в цілому відповідає інтересам обох сторін, оскільки дозволяє вирішити одну з основних геостратегічних дилем в Європі й істотно розширити перспективи розвитку партнерства між всіма європейськими гравцями, включаючи і США [2]. Щодо Європейського Союзу, то основним напрямом співпраці є ратифікація Угоди про асоціацію, що може суттєво вплинути на підвищення рівня безпеки України через наявні в ній механізми та інструменти. Через механізм Ради Європи Україна вирішує питання соціальної безпеки і безпеки в галузі прав людини [4].

Фактично, у зв'язку із тим, що безпекові питання є першочерговими як для України, так і для всієї сукупності держав, ефективна робота міжнародних організацій має надвагоме значення для становлення глобальної системи миру і безпеки.

1. Україна в координатах глобальної та європейської безпеки. Національна безпека і оборона. 2010. Центр Разумкова : вебсайт. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD115_2010_ukr.pdf (дата звернення: 01.03.2021). **2.** Мітрьєва С. І. Міжнародна безпека і Україна : навч. посіб. *Сер. ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР*. Вип. 8. Ужгород : ЗДУ, 2008. 222 с. **3.** Організація з безпеки і співробітництва в Європі. Офіційний сайт МЗС України. URL: <https://mfa.gov.ua/mizhnarodni-vidnosini/organizaciya-z-bezpeki-i-spivrobitnictva-v-evropi> (дата звернення: 01.03.2021). **4.** Мартинюк В. Європейська безпека на порозі змін. Висновки для України. УНЦПД : вебсайт. URL: http://www.ucipr.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=57:vropeyska-bezpeka-na-poroz-zm-n-visnovki-dlya-ukra-ni&catid=8&Itemid=201&lang=ua (дата звернення: 01.03.2021).

МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Питання отримання енергії за рахунок різних джерел відновлювального та невідновлювального характеру у різному вигляді існує з часів існування людства. На даному етапі суспільного розвитку поряд із ним не меншої ваги набуває ефективність використання енергоресурсів, адже лише заходи із збереження енергії дадуть змогу як скоротити витрати, пов'язані з її споживанням, так і знизити навантаження на світову екосистему. Тому, починаючи із 1970-х років досить велика кількість держав застосовувала ті чи інші програми щодо підвищення рівня енергоефективності. Важливим кроком стало прийняття міжнародного стандарту ISO 50001 («Energy management systems – Requirements with guidance for use»), який регламентує, серед інших, також питання енергоефективності.

Безліч міжнародних проєктів, які підтримуються Європейською комісією, Програмами Taxis, Thermie, USAID та іншими організаціями, починаючи з 90-х років зробили енергоефективність впізнаваним терміном. Багато хто в економічно розвинених країнах вже знають та розглядають енергоефективність, економію енергоресурсів і скорочення викидів як очевидну умову конкурентоспроможності компаній і наявності доступного та чистого джерела енергозабезпечення у майбутньому. Загальновідомо, що підвищення енергоефективності дозволяє країнам долати тиск, який на них чинить залежність від енергоресурсів, вирішувати питання ненадійності енергопостачання, нерівності, високих цін і рахунків за енергоресурси, а також екологічної шкоди і збитків здоров'ю [2].

У 2002 році була прийнята Директива Європейського Союзу за енергетичними показниками будівель, де визначалися обов'язкові стандарти енергоефективності будівель. Ці стандарти постійно переглядаються у бік посилення, та підштовхують до розробки нових технологій. Сегментом, який найшвидше зростає, є освітлення – 22% всіх проєктів пов'язані із заміною освітлювального обладнання на енергоефективне і заходами з керування освітленням. Крім них застосовується управління котлами, підвищення їх ефективності та оптимізація їх режимів, впровадження ізоляційних матеріалів, фотогальваніка та ін. [4].

Перший цільовий показник енергоефективності для всього ЄС був встановлений у 1998 році. Держави-члени домовились про підвищення енергоефективності на 1 відсоток на рік протягом дванадцяти років. Крім того, законодавство про продукцію, промисловість, транспорт та будівництво сприяло загальним рамкам енергоефективності. Для вирішення проблем опалення та охолодження потрібно більше зусиль: у Європі витрачається більше тепла, ніж потрібно для опалення всіх будівель континенту [5]. Загалом, згідно із законодавством ЄС щодо

енергоефективності, до 2020 року можна заощадити на суму, еквівалентну до 326 мільйонів тонн нафти на рік [6].

ЄС встановив собі ціль до 20% щодо енергозбереження до 2020 року порівняно з рівнем 1990 року, проте держави-члени самостійно вирішують, як буде досягнуто економію енергії. На саміті ЄС у жовтні 2014 року країни ЄС домовились про нову мету енергоефективності на рівні 27% або більше до 2030 року. Одним із механізмів, що використовується для досягнення цілі 27%, є «Зобов'язання постачальників та білі сертифікати» [5]. Триваюча дискусія навколо пакету чистої енергії 2016 року також робить акцент на енергоефективності, але мета, ймовірно, залишиться приблизно на 30% більшою ефективністю порівняно з рівнями 1990 року [6].

За оцінками Світового Банку, енергоефективні заходи в секторі централізованого теплопостачання здатні зменшити рахунок українських домогосподарств за опалення на 40%. У цілому, потенціал енергозбереження (в сільському господарстві, промисловості, сфері послуг і будівництві, житловому секторі та трансформації на ТЕС) оцінюється в більш, ніж 27 млн тонн нафтового еквівалента, що відповідає майже 30 млрд. кубометрам природного газу. Україна має величезний потенціал енергоефективності – більше 10 млрд дол. США. Проте скорочення розриву з енергоефективності з країнами ЄС відбувається занадто повільно [4].

Проблематика енергоефективності в національному та міжнародному вимірах набула актуальності, починаючи із 70-х рр. XX ст. Сьогодні вона залишається пріоритетною в стратегіях економічного зростання, оскільки є складовою посилення національної безпеки розвитку, захисту довкілля, прогресивних структурно-галузевих трансформацій. Політика підвищення енергоефективності є важливою для країн із зростаючими економіками, оскільки вони першочергово вирішують завдання підвищення продуктивності факторів виробництва, переходу від ресурсовитратних до більш технологічних виробництв із ефективним використанням енергії.

1. Енергоефективність / Регіональні електричні мережі. URL: <https://cutt.ly/IcVAYNr> (дата звернення: 08.03.2021). **2.** Що таке енергоефективність? Житлово-експлуатаційне об'єднання : вебсайт. URL: <http://www.tovgeo.vn.ua/9-golovne-menyu/95-energy> (дата звернення: 08.03.2021). **3.** Собуцький С. Енергоефективність – шлях до процвітання держави. *Вісник. Офіційно про податки*. 2014. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/6757> (дата звернення: 08.03.2021). **4.** Теплова карта Європи : вебсайт. URL: Heatroadmap.eu. (дата звернення: 08.03.2021). **5.** Jump up to:^{a b} Energy Atlas 2018: Figures and Facts about Renewables in Europe. Heinrich Böll Foundation: вебсайт (дата звернення: 08.03.2021).

Данилюк Н. М., доктор філософії, старший викладач (Національний університет «Острозька академія», м. Острог), **Качан О. І.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ У ЗДІЙСНЕННІ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ

В сучасних умовах функціонування світової фінансової системи все більшої значущості набуває питання підвищення якості надання послуг банківськими та небанківськими фінансовими установами у процесі здійснення їхньої діяльності. Одним із ключових питань в цьому процесі є налагодження ефективної взаємодії фінансових установ із клієнтами, в зв'язку з чим виникає потреба в постійному удосконаленні системи обслуговування клієнтів та її складових, а також автоматизації пов'язаних із цим процесів.

Здійснення міжнародних розрахунків є однією з форм взаємодії підприємств, установ, організацій, банківських та небанківських фінансових установ, що супроводжує рух товарно-матеріальних цінностей та послуг на світовому рівні. Задоволення зростаючої потреби в прискоренні та ефективному здійсненні міжнародних розрахунків стає можливим завдяки автоматизації значної частини процесів, що супроводжують рух грошових коштів, зокрема завдяки використанню платіжних систем.

Згідно із Законом України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», платіжна система – це платіжна організація, учасники платіжної системи та сукупність відносин, що виникають між ними при проведенні переказу коштів [1]. Зазначений закон визначає зокрема міжнародну платіжну систему, що характеризується здатністю її учасників здійснювати переказ коштів із однієї країни в іншу.

За даними Національного банку України, в країні нині представлені такі міжнародні карткові платіжні системи, як American Express, MasterCard, JCB Payment System, Visa, UnionPay International. MasterCard, Western Union, Visa, NovaPay визнаються як соціально важливі платіжні системи. Водночас, міжнародними системами переказу коштів на території України є INTELEXSPRESS, TRANSFAST, MEEST, Western Union, MoneyGram, Sigue Money Transfer, CLEAR JUNCTION, ХАЗРИ, RIA, серед яких MoneyGram, RIA, INTELEXSPRESS визнані як важливі платіжні системи [6]. Учасниками міжнародної платіжної системи INTELEXSPRESS є 13 банків, ХАЗРИ – 5 банків, RIA – 15 банків, Sigue Money Transfer – 3 банки, Western Union – 7 банків, MEEST – 3 банки, MasterCard – 56 банків, VISA – 51 банк, MoneyGram – 16 банків [5].

Найбільш популярними міжнародними платіжними системами є Visa та MasterCard, що надають банківським установам можливість здійснювати стандартний набір операцій, враховуючи необхідність використання

іноземної валюти. За часткою охоплення ринку лідирує міжнародна платіжна система Visa, що випускає найбільшу кількість платіжних карток; тоді як MasterCard займає позицію послідовника. Крім того, Visa має більший вплив на розвиток ринку платежів, оскільки фактично стала першою міжнародною платіжною системою, що забезпечує безготівкові платежі за допомогою банківських карток. Перевагою платіжної системи Visa порівняно з MasterCard є можливість першої забезпечувати здійснення платежів P2P, тобто розрахунки безпосередньо між власниками банківських карток без залучення сторонніх осіб [2; 7]. Це дає змогу користувачам прискорити процес безготівкових розрахунків та мати постійний доступ до власних грошових коштів.

В межах функціонування тієї чи іншої платіжної системи важливу роль відіграє налагодження та підтримка автоматичної обробки даних у процесі переказу грошових коштів як в готівковій, так і в безготівковій формі. Досить поширеною нині є міжнародна система грошових переказів SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication), що є формою міжнародних розрахунків та зручним способом оплати товарів та послуг за кордоном.

Міжнародна міжбанківська система SWIFT, об'єднуючи різні банки та небанківські фінансові установи в єдиний інформаційний простір з обміну та використання даними, є комплексною автоматизованою системою з організації платежів. Завдяки здійсненню SWIFT-переказів стає можливим надання послуг з обміну платіжними та іншими повідомленнями між фінансовими установами. На сьогодні банківські установи використовують технологію SWIFT jpi, що пришвидшує здійснення міжнародних розрахунків та дає змогу відстежувати рух платежів.

За даними Міністерства фінансів України, станом на 01.03.2021 р. на території країни функціонує 73 комерційні банки, серед яких виділяються чотири банки – лідери інтернет-банкінгу з можливістю здійснення міжнародних SWIFT-переказів, зокрема:

- UKRSIBBANK,
- ПриватБанк,
- А-Банк
- ProCredit Bank [4].

За даними Національного банку України, нині посилено оверсайт за значущими платіжними системами, зокрема встановлено вимоги до платіжних організацій значущих платіжних систем щодо забезпечення кіберстійкості відповідно до документів Банку міжнародних розрахунків та Європейського центрального банку з питань оверсайта [3].

Основними факторами подальшого розвитку платіжних систем є:

- збільшення обсягу безготівкових операцій та електронних платежів;

- подальший розвиток карткових платіжних систем та систем грошових переказів;
- зростання платіжної інфраструктури.

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001, № 29, ст. 137. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text> (дата звернення: 11.03.2021). 2. Visa або MasterCard – в чому різниця і що вибрати. Глобал Кредит : вебсайт. URL: <https://globalcredit.ua/uk/novosti/visa-ili-mastercard-v-chem-raznica-i-chto-vybrat> (дата звернення: 11.03.2021). 3. Звіт з оверсайта інфраструктур фінансового ринку (2019 рік). Офіційний сайт НБУ. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2019.pdf?v=4 (дата звернення: 11.03.2021). 4. Кількість банків в Україні (2008–2021). Мінфін : вебсайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count> (дата звернення: 11.03.2021). 5. Платіжні системи. НБУ : вебсайт. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=13050736 (дата звернення: 11.03.2021). 6. Розширений пошук платіжних систем, учасників та операторів послуг платіжної інфраструктури. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/payment-systems?page=1&perPage=5&search=&country=&indication=> (дата звернення: 11.03.2021). 7. Яка різниця між Visa і MasterCard? Кредітек : вебсайт. URL: <https://crediteck.com.ua/yaka-riznicya-mizh-visa-i-mastercard> (дата звернення: 11.03.2021).

Жемба А. Й., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне), **Шергіна Л. А.**, к.е.н., доцент (ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», м.Київ)

ЕКОЛОГІЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Механізми розвитку екологічного підприємництва безпосередньо пов'язані з екологічною політикою, яка впливає на зовнішнє середовище, визначає лінію поведінки щодо охорони/використання навколишнього природного середовища, раціонального природокористування, та припустимого рівня екологічної безпеки бізнесу.

Отже механізми, що впливають на реалізацію екологічних програм, можуть бути поділені за рівнем застосування та впливу на макро, мезо та мікрорівневі. Макрорівень – глобальний рівень, найбільш загальний, тому найважчий у визначенні, адже його вплив найчастіше з'являється на мезо та мікрорівнях. До цього рівня можуть бути віднесені Світова організація торгівлі (СОТ), Киотський протокол тощо. Екологічна політика в рамках СОТ реалізується шляхом застосування Інтегрованої продуктової політики (Integrated Product Policy), яка була створена з метою скорочення так званого екологічного тягаря продукту, що випливають з усіх послідовних стадій його життєвого циклу (від видобутку сировини до виробництва, транспортування, використання, утилізації). Екологічні інструменти, що використовуються СОТ, поділяються на інструменти адміністративного регулювання, економічні та інформаційні.

Киотський протокол передбачає корегування екологічної політики окремих країн шляхом торгівлі квотами на викиди парникових газів, виконання Проектів спільного здійснення (поєднання зусиль різних країн для виконання зобов'язань), проектів чистого розвитку (реалізація екологічних проектів розвиненими країнами у країнах що розвиваються за умов зарахування скорочення викидів, що досягнуто у складі квот країн, що реалізують та ініціюють ці проекти).

Мезорівень – міждержавний рівень, інтеграційні об'єднання та співтовариства. До механізмів цього рівня можна віднести міжнародні угоди та конвенції, що регулюють або обмежують конкретні види підприємницької діяльності, регламентують окремі аспекти діяльності або опосередковано впливають на поведінку суб'єктів господарської діяльності. До них, зокрема, можна віднести Конвенцію про оцінку екологічного впливу у трансграничному контексті, Конвенцію про контроль за трансграничними перевезеннями відходів та їх утилізації, Конвенцію про безпеку та гігієну праці у сільському господарстві, Стокгольмську конвенцію про стійкі органічні сполуки, тощо.

Серед механізмів стимулювання розвитку екологічного підприємництва

на мезорівні варто виділити так звані «Екваторіальні принципи для фінансових установ» (The Equator Principles Financial Institutions – EPFI) [1], до яких приєднується все більше та більше банківських установ. Вони є пограничними між мезо та мікрорівнем та можуть слугувати прикладом ефективного використання механізму, який з часом доцільно поширювати на державному рівні.

Мікрорівень – рівень національної економіки, регіонів, галузей, окремих підприємств. Цей рівень є найбільш комплексним, адже він враховує як глобальні, міжнаціональні тенденції, вимоги, інструменти, так і місцеві ініціативи. Як показує досвід розвинених країн, цивілізовані ринкові механізми забезпечують більш сприятливі умови для ресурсозбереження, ніж існуюча система незбалансованого бюджету за екологічними (природоохоронними) платежами та екологічними витратами, переважно нецільовим використанням екологічних фондів [2].

Економічний механізм екологічного підприємництва повинен відповідати наступним основним вимогам:

- включати значний об'єм державного замовлення;
- максимально стимулювати споживання екологічної продукції за допомогою пільгового кредитування і послідовного вдосконалення системи платного природокористування;
- узаконити специфіку ціноутворення в екологічному підприємстві;
- забезпечувати адресне виділення засобів з орієнтацією на конкретну екологічну продукцію;
- формувати джерела фінансування залежно від об'ємів споживання природних ресурсів і від конкретного стану екологічної ситуації;
- активно використовувати можливості механізмів зовнішнього фінансування.

Отже, що у сучасних умовах постійного процесу вдосконалення технологій, відкритості границь та інформатизації підприємства стикаються з проблемою втрати конкурентних переваг у разі невідповідності сучасних вимогам до продукції, ведення бізнесу тощо. Таким чином екологічна спрямованість ведення бізнесу наразі стає не тільки чинником розвитку підприємства та покращення/укріплення його ринкових позицій, а основним засобом виживання у глобалізованому економічному просторі.

1. About the Equator Principles (EP) and the Association. Equator Principles : вебсайт. URL: <https://equator-principles.com> (дата звернення: 22.03.2021). 2. Shergina L., Zhemba A. Mechanisms of environmental taxation in transition globalizing economies. *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej*. 2017. 20 (2017) nr 1. P. 98–105.

ТРАНСФОРМАЦІЯ СВІТОВОЇ ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ

Фундаментальний характер віртуалізації світового фінансового ринку зумовлюється постіндустріальною фазою розвитку та цифровою трансформацією економіки. Імплементация інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у різних сегментах економіки як на національному, так і на глобальному рівнях зумовила цифровізацію (діджиталізацію) економічних реалій, видозмінюючи форму функціонування із речової на цифрову (віртуальну).

Віртуалізація світового фінансового ринку – це процес його трансформації, модернізації на основі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), імплементации телекомунікативних, інформаційних, комп'ютерних технологій у фінансовому секторі. Матеріальним забезпеченням віртуалізації є комп'ютерно-технологічні інновації. Передовими провідниками віртуалізації виступають ТНК світу, де широко використовуються системи інтегративно-комунікативних схем. Введення інформаційних технологій у банківську та фінансову сфери зумовило зміни природи фінансового ринку.

Характерні риси сучасного світового фінансового ринку:

- великі обсяги як фінансових ресурсів так і операцій на глобальному фінансовому ринку;
- використання серверних мереж зв'язку;
- глобальність, тобто відсутність територіальних обмежень;
- цілодобовий режим операцій;
- залученість суб'єктів із високою репутацією;
- великий спектр фінансових інструментів;
- уніфіковані правила та стандартизовані операції;
- високий рівень використання ІКТ [1].

Інтеграція фондових бірж як форма поширення віртуалізації світового фондового ринку має значні ефекти для процесу розвитку фінансової глобалізації. Показники досліджень свідчать про те, що станом на кінець 2019 р. NYSE:ICE залишається найбільшою фондовою біржою у світі з капіталізацією 25,3 трлн дол. США, випереджуючи найближчого конкурента – Nasdaq приблизно на 14 трлн дол. США. Станом на кінець 2019 р. Nasdaq Nordic є другим оператором у світі за обсягами торгівлі цінними паперами із сумарною капіталізацією 11,23 трлн дол. США [2].

Проаналізувавши географічну структуру розвитку світового фондового ринку, встановлено, що перше місце за обсягами ринку належить США (53,3% від глобального фондового ринку), друге місце посідає Японія

(8,4%), третє – Велика Британія (5,5%) [3].

Виникнення Європейського валютного союзу (ЄВС), введення єдиної валюти євро та впровадження системи електронних європейських розрахунків надають нові можливості для зростання значення Європи у світовому господарстві, сприяючи укріпленню європейської фінансової системи. Європейські банки пропонують фінансовим установам широкий вибір послуг у євро та надають доступ до міжнародних платіжних систем Європи та світу.

Шляхом циркуляції грошових потоків є міжнародні карткові платіжні системи та міжнародні системи переказу коштів. Технологічні зміни як основна детермінанта розвитку віртуалізації дозволяють розширити межі економічного зростання, не змінюючи обсяг ресурсів. Інформаційні технології в постіндустріальному суспільстві визначають глобальний вектор розвитку, особливо світового фінансового ринку, і є головним фактором його якісної трансформації. Імплементация ІТ у фінансовий сектор проявляється у формі віртуалізації і першочергово проявляється на фондовому ринку. Розвиненість фондового ринку, зокрема поширеність новітніх технологій, є показником розвитку фінансової системи країни та детермінантом основних тенденцій.

Новітньою тенденцією розвитку фінансових ринків є поширення хмарних сервісів. Хмарні сервіси, як інструмент подальшого поглиблення віртуалізації світового фінансового ринку, надають змогу віддалено використовувати програмне забезпечення, ресурси сервера.

Особливостями віртуалізації фондового ринку України є застосування новітніх технологій і механізмів електронної торгівлі. Трансформація фінансової системи та електронна віртуалізація фондового ринку України проявляється у формі введення програмних продуктів учасниками фондового ринку, використання у діяльності ПФТС електронних комунікаційних систем ECN. Проблема спекулятивної віртуалізації поки що не загострюється у зв'язку з низьким рівнем розвитку ринку похідних цінних паперів. Якісне перетворення фондового ринку України з урахуванням впливу віртуалізації має передбачати: консолідацію бірж для формування сильного інституційного підґрунтя розвитку фондового ринку; модернізацію функціональної інфраструктури на базі ІТ з метою поширення торгівлі похідними цінними паперами; універсалізацію біржових інститутів; розвиток електронних комунікаційних мереж з метою створення альтернативних систем позабіржової торгівлі.

1. World bank open data. Світовий банк : вебсайт. URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 29.03.2021). 2. Електронні гроші. Офіційний сайт НБУ. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=125412 (дата звернення: 29.03.2021). 3. Статистичний портал НБУ. URL: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219 (дата звернення: 29.03.2021).

Карпюк І. М., студентка, **Срібна Є. В.**, к.е.н., старший викладач
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ЯК ПОДАЛЬШИЙ РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Останніми десятиліттями інформатизація стала надзвичайно важливим фактором зростання продуктивності праці. Цей чинник науковцями пояснюється як настання нової ери економічного розвитку – цифрової або інформаційної економіки.

Мета дослідження – оцінити перспективи розвитку цифрової економіки та її вклад у формування конкурентоздатності виробництва. Відповідно до мети сформовані наступні завдання:

- проаналізувати умови формування цифрової економіки;
- оцінка чинники розвитку цифрової економіки в сучасних умовах.

Цифрова економіка – це не окрема галузь, а віртуальне середовище, яке доповнює нашу реальність. Основними продуктами цифрової економіки є ті ж самі товари і послуги традиційної економіки, що надаються за допомогою комп’ютерного обладнання і цифрових систем на кшталт глобальної мережі Інтернет. Це має свої переваги, головною з яких є підвищення доступності звичайних користувачів до певних ринків (товарних чи послуг), а не лише великих компаній, зниження трансакційних витрат, підвищення ефективності і конкурентоспроможності. Відзначені три основні компоненти цифрової економіки: підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.); електронний бізнес або e-business бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп’ютерні мережі); електронна комерція або e-commerce (дистрибуція товарів через Інтернет).

Європейська комісія виділяє пріоритетні напрямки цифрової індустрії: цифрові знання та ринок ІКТ; цифрове бізнес-середовище; доступ до фінансів для бізнесу; цифрові навички працюючих та електронне лідерство; створення підтримуючої підприємницької культури.

Оцінка рівня технологічного розвитку в країнах Європейського Союзу та ступеню запровадження інноваційних технологій у суспільстві використовують Індекс DESI (The Digital Economy and Society Index). Індекс розраховується від 0 до 1 та включає критерії: людський капітал, інтеграцію цифрових технологій, цифрові громадські послуги, якість засобів зв’язку та використання Інтернету [1] (рисунок). Для повноцінного розвитку цифрової економіки передбачено форсований або пріоритетний сценарій цифровізації, який передбачає усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових, валютно-грошових бар’єрів, що перешкоджають розвитку «цифрової» економіки, «цифровізації», прийняття потужних заходів щодо стимуляції «цифровізації» секторів економіки та бізнесу,

ініціація державою масштабних трансформаційних ініціатив та проектів «цифровізації» у т.ч. на базі сучасних моделей державно-приватного партнерства.

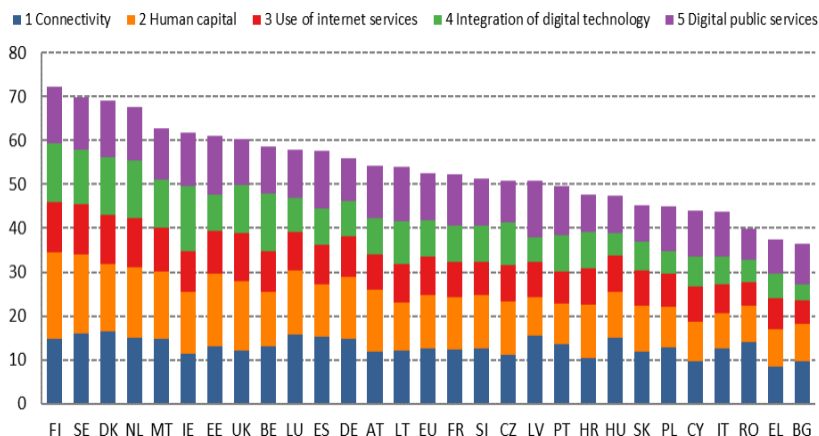


Рисунок. Індекс DESI для країн ЄС у 2020 році

Джерело: [2].

Головною мотивацією держави піти по форсованому сценарію розвитку має стати здатність «цифрових» технологій впливати на продуктивність та ефективність економіки та бізнесу. Галузі, що їх використовують, зростають у 2–4 рази швидше, ніж в середньому по галузях. Яскравими прикладами може бути fintech, agrotech тощо. Сфери життєдіяльності (освіта, медицина, транспорт), що модернізуються завдяки «цифровим» технологіям, стають набагато ефективніші та створюють нову цінність і якість, які дуже часто приводять до повної трансформації старої системи.

Таким чином, цифрова економіка визначається одним з найважливіших чинників економічного зростання та формування нової якості життя. Вона стає сферою нових надзвичайних можливостей, що вимагає застосування нових підходів до її організації та управління. Лідери світової економіки розглядають цифровізацію як першочерговий напрямок інноваційного розвитку виробничо-економічних систем різних рівнів та інструмент забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі та утримання світової ніші.

1. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 Thematic chapters. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/06/DESI2020Thematicchapters-FullEuropeanAnalysis.pdf> (дата звернення: 26.03.2021). 2. The official website of European Commission. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020> (дата звернення: 26.03.2021).

Малишевська А. О., студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ США, КАНАДИ ТА МЕКСИКИ

Канада, США і Мексика є одними з найрозвинутіших країн світу з високим рівнем життя населення. Це достатньо інтегровані у світове господарство країни, яка грають вагомий роль на економічній та політичній світовій арені та здійснюють потужний вплив в системі міжнародних економічних відносин. Американська економіка залишається найбільшою в світі і її лідерство збережеться ще надовго. На долю Канади, США і Мексики в 2019 р. припадало більше чверті світової економіки (28,2%), в грошовому обчисленні – це близько 21 трлн доларів. Канада і США входять в 10 світових лідерів за ВВП, а Мексика в 15 [2].

Канада, США і Мексика мають величезні природні багатства. Третина території Канади вкрита лісами (близько 3,5 млн кв. км.). За запасами деревини Канада стоїть на третьому місці у світі, але за кількістю деревини на душу населення виходить на першу позицію. Тут знаходиться 15% світових запасів прісної води, а потенційні резерви гідроелектроенергії складають 65 млн кВт, що ставить країну на третє місце у світі після США і Бразилії [4]. Сільське господарство Канади відрізняється високим рівнем спеціалізації й концентрації, високою продуктивністю праці. Середній розмір господарства становить 242 га, це значно більше, ніж в США.

США дісталася 4 за розмірами територія, повною мірою багата різними природними ресурсами. На загальній площі країни в 9,5 тис. км² американська промисловість може знайти все, що їй необхідно для інтенсивного розвитку. Крім того, вдале географічне розташування країни повною мірою сприяє розвитку і грамотному використанню природних рекреаційних ресурсів для блага громадян США.

Мексика відноситься до найбільших країн світу відразу за кількома критеріями. Вона займає 11-е місце в світі за кількістю населення і 14-е місце за площею. Тут проживає п'ята частина населення Латинської Америки [5].

Всі три країни входять в 20-ку лідерів за запасами нафти в світі. За видобутком нафти Канада і США посідають відповідно 3 і 5 місце в світі (за даними British Petroleum), а Мексика – 12 [1].

Канада, США і Мексика відносяться до числа провідних торгових держав світу. Ці країни входять в топ 15 найкрупніших країн-експортерів світу. Це свідчить про високий ступінь їх інтеграції в систему світового господарства.

Сполучені Штати Америки займають перше місце в світі за обсягами зовнішньої торгівлі, перше місце за обсягами експорту послуг, імпорту товарів та послуг і друге місце за експортом товарів. Економіка США є

однією з найбільш диверсифікованих національних економік світу, що утримують світову першість протягом 100 років. США і в XXI ст. залишаються найважливішим учасником міжнародних економічних відносин, глобальним гравцем у сфері світового виробництва і споживання, лідирують у світі за рівнем розвитку промисловості, сільського господарства, науки і техніки. Вони володіють безперечними конкурентними перевагами перед більшістю інших держав практично по всіх позиціях, визначальним становище країни у світовій економіці і на окремих ринках. США посідають перше місце у світі по витратах на НДДКР – більше 400 млрд дол, щорічно (30% світового показника), при цьому більше 2/3 витрат на НДДКР в країні припадає на промисловість [3]. Займаючи лідируючі позиції в області НТП і використовуючи можливості мереж американських ТНК по всьому світу і контроль над міжнародними фінансовими організаціями, США можуть використовувати глобалізацію світової економіки в своїх інтересах.

Канада – країна-член великої сімки, друга найбільша країна світу. Це одна з 15 країн, ВВП якої перевищує 1 трлн. дол. Економіка країни представляє собою одну з найефективніших систем світу, де близько 3/4 населення задіяне у сфері послуг, третина – у сфері промисловості.

На сьогодні Мексика є країною, що характеризується динамічним і стабільним розвитком. Вона посідає третє місце у світі поміж «ринків, що розвиваються» за привабливістю для іноземних інвестицій (після Китаю та Бразилії). ВВП Мексики становить 1006 млрд. дол., або 9600 дол. на душу населення. Промисловість виробляє 27% ВВП, сфера послуг – 69%, на сільське і рибне господарства припадає лише 4%.

Найбільше іноземних інвестицій прибуває до США, так само США має найбільший обсяг валових інвестицій. Ця країна є лідером серед країн світу за кількістю ПІІ в неї. Канада має дуже сприятливий бізнес-клімат: країна займає 18 місце з 190 країн у звіті Світового банку. Канада має найбільший показник інвестицій на душу населення серед досліджуваних країн. Найменшу кількість інвестицій отримує Мексика. Можна помітити різкі перепади в кількості інвестицій, які надходять з-за кордону, тому ПІІ в Мексику не мають ніякої тенденції [7].

Щодо ООН, то кожна з наших країн має свою роль в цій організації. Канада брала участь майже у всіх миротворчих місіях ООН, хоч і в перші роки XXI століття її активність дещо зменшилась. Наразі Канада виділила для миротворчих сил ООН 200 військовослужбовців, гелікоптери і транспортні літаки, які готові до термінових дій в будь-якій частині світу. Канада активно приймала сирийських біженців за програмою ООН. Посол Канади в ООН відзначає, що успішна політика Канади по переселенню сирийських біженців відкриває перед Канадою шанси отримати місце непостійного члена РБ ООН, що відповідає меті Канади – грати більш активну роль на світовій арені. Також Канада повідомляє, що хоче допомогти ООН з реформами, щоб пристосувати її до вимог сучасності,

вона вважає це одним з найцінніших внесків, які може зробити для цієї організації.

Роль США в ООН важко переоцінити. США є одними з постійних членів Ради Безпеки ООН. Внески США складають майже чверть бюджету організації. США вважають негласним хазяїном цієї організації, так як дуже часто там приймаються рішення, які вигідні саме для Сполучених Штатів.

Мексика твердо висловлюється на користь зміцнення центральної ролі ООН в системі міжнародних відносин, особливо у вирішенні міжнародних криз, адаптації організації до оперативного реагування на нові виклики і загрози. У питанні реформування організації Мексика виступає за проведення на базі широкого консенсусу комплексної перебудови всієї структури ООН, внесення поправок до Статуту з метою посилення повноважень Генеральної Асамблеї, введення принципів безумовної обов'язковості виконання рішень ключових органів ООН. Мексика 3 рази обиралась в якості непостійного члена ради безпеки ООН, що є гарним показним.

Організація НАТО, до якої входять Канада та США і не входить Мексика – відомство, що відноситься до федерального уряду США і підкоряється безпосередньо віце-президенту США. Відповідальне за громадянську космічну програму країни, а також за наукові дослідження повітряного і космічного просторів і науково-технологічних досліджень в галузі авіації, повітроплавання і космонавтики. Важливість вкладу Канади в НАТО носить в основному політичний характер, враховуючи невеликий розмір військових сил Канади. Вона є однією з країн-засновниць і активним членом НАТО [6].

Отже, Канада, США і Мексика – це одні з найрозвинутіших країн світу з високим рівнем життя населення. Це достатньо інтегровані у світове господарство країни, яка грають вагомую роль на економічній та політичній світовій арені та здійснюють потужний вплив в системі міжнародних економічних відносин.

1. Інститут економіки і права Івана Кушніра : вебсайт. URL: <https://be5.biz/index.htm> (дата звернення: 23.03.2021). 2. Eonimic Research : вебсайт. URL: <https://fred.stlouisfed.org> (дата звернення: 23.03.2021). 3. The Observatory of Economic Complexity: вебсайт. URL: <https://atlas.media.mit.edu> (дата звернення: 23.03.2021). 4. Statistics Canada: вебсайт. URL: <https://www.statcan.gc.ca> (дата звернення: 23.03.2021). 5. The Statistics Portal : вебсайт. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 23.03.2021). 6. U.S. Government Publishing Office : вебсайт. URL: <https://www.gpo.gov> (дата звернення: 23.03.2021). 7. The World Bank : вебсайт. URL: <https://databank.worldbank.org> (дата звернення: 23.03.2021).

Микитюк Д. В., студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС

Стрімкий технологічний розвиток у галузі електроніки, кібернетики та телекомунікацій став передумовою інтенсивного нарощування процесів інформатизації в усіх сферах суспільного відтворення. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу комп'ютерних і комунікаційних технологій на якісно новий рівень, що створює передумови для реалізації потужних інноваційних проектів як на рівні суб'єктів господарювання та національних економік, так і у світовому масштабі. При цьому значна частина економіки набуває віртуального характеру і переміщується у глобальне середовище мережі Інтернет.

Європа – це регіон, де електронна комерція має найбільші обсяги реалізації з-поміж усіх інших територій світу. Крім того, саме електронні засоби продажу і просування продукції вже давно складають тут основу маркетингової політики для більшості підприємств і організацій, і їх вплив на економіку в цілому тут найбільш помітний. Водночас близькість Євросоюзу до України, а також її стратегічні плани щодо європейської інтеграції зумовлюють необхідність постійного моніторингу тенденцій розвитку та впливу електронної комерції на національну економіку.

Єдиний внутрішній ринок Європейського Союзу нині є регіональним інтеграційним утворенням найвищого ступеня економічної зрілості. Саме в ЄС, єдиному у світі інтеграційному угрупованні, міститься законодавчо закріплений принцип «чотирьох свобод» (вільного руху між кордонами країн- учасниць товарів та послуг, капіталів і робочої сили).

Показники досліджень свідчать про те, що електронна комерція на ринку ЄС продемонструвала деяке двозначне зростання. Загальний обсяг електронних торгів у Європі в минулому році збільшився на 11%, що становить 534 млрд євро. У поточному році очікується зростання 13%, що означатиме, що електронна комерція в ЄС в 2021 році складе 802 млрд. євро (рисунок) [1].

Механізм інтеграції України з ЄС у сфері електронної торгівлі є основою ефективною розвитку взаємовідносин щодо поглиблення двосторонньої співпраці в площині електронних операцій. Основними ознаками інтеграції у широкому розумінні слід вважати усунення обмежень; взаємопроникнення виробничих систем; узгодження законодавчих норм і стандартів; наявність міждержавних органів; створення єдиної валюти; спільну інфраструктуру; розробку єдиної зовнішньоторговельної політики; узгодження внутрішньої політики.

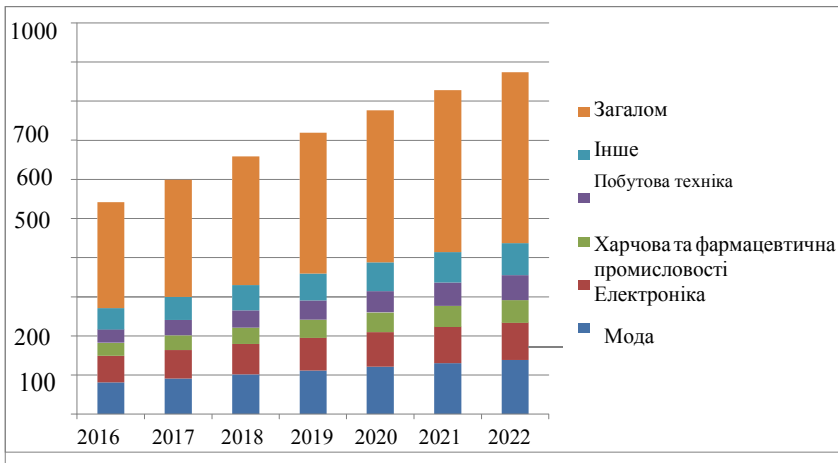


Рисунок. Прогнозні показники динаміки та структури доходів електронної комерції на Єдиному внутрішньому ринку ЄС, млрд євро [1]

В умовах інтенсифікації міжнародної комерційної взаємодії, активізації торговельних операцій між учасниками світового обміну поряд із зростанням рівня конкуренції на світовому ринку, суттєвого значення набувають саме нові підходи до здійснення зовнішньоторговельного співробітництва, які дозволяють в повній мірі використати наявний технологічний потенціал, що відкриває широкий простір для організації нових форм співпраці в сфері електронної комерції [2]. Для України розвиток електронної комерції є координатною точкою із вектором інтеграції в європейський цифровий простір.

Здійснення фінансових операцій на сучасному етапі технологічного розвитку світу постійно трансформується у напрямі появи нових інструментів їх підтримки, нових способів взаємодії між їх учасниками. Суттєву роль в цьому відіграють інтернет – технології, що дозволяють фінансово взаємодіяти у зручний спосіб для всіх суб'єктів. Все це сприяє розвитку електронної комерції, застосування прийомів та методів. Її головною перевагою слід вважати мобільність застосування її складових у взаємодії між учасниками міжнародних обмінів. Ця сфера активно розвивається і в Україні. Подальший розвиток електронної комерції в Україні є одним з пріоритетних способів інтеграції у зовнішні ринки для вітчизняних суб'єктів господарювання, а отже важливим способом оптимізації їх конкурентних позицій.

1. Центр електронної комерції: вебсайт. URL: <http://e-commerce.com.ua> (дата звернення: 27.03.2021). 2. Global Retail E-Commerce Index. [kearney.com](http://www. Kearney.com): вебсайт. URL: <http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index> (дата звернення: 27.03.2021).

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Актуальність дослідження пов'язана з тим, що нині виникла нагальна потреба у вивченні та впровадженні усіма учасниками ринкових відносин механізмів функціонування електронної економічної діяльності. В економіці розвинених країн бурхливо розвиваються різні форми електронного бізнесу, зокрема його важливий сегмент – електронна торгівля. Електронна торгівля є засобом проведення торгівельних операцій, які надаються Інтернет-технологіями, для збільшення ефективності за рахунок зниження вартості, розширення потенціалу ринку, а також для більш повного задоволення потреб споживачів. Підґрунтям розвитку та глобалізації електронної комерції є активізація використання населенням інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет у глобальному масштабі.

У світовому торговому обігу електронного ринку п'ята частина припадає на роздрібну торгівлю, що здійснюється через Інтернет-крамниці. Першими найбільш розповсюдженими моделями електронної комерції у мережі Інтернет стали Інтернет-крамниці, які можна розглядати як класичний підхід до ведення електронної комерції. Електронна крамниця є Web-вузлом, на якому розміщується каталог товарів і віртуальний кошик покупця. Інтернет речей (IoT) – це еволюція технологій експлуатації та автоматизації, які поєднуються через хмарні технології з датчиками, якими обладнані пристрої зв'язку та інформаційні технології (IT), галузі обробки інформації (IHS). За прогнозами вчених, кількість цих пристроїв зросте майже до 80 мільярдів в 2025 р. [1].

Створення підприємством сайту власної електронної крамниці для прямих продажів через мережу Інтернет є передумовою формування механізму підвищення конкурентоспроможності, що сприятиме значному збільшенню обсягу реалізації за рахунок необмеженого розширення ринку [2].

Діджиталізація, яку веде за собою 4-та промислова революція – це зміна гри "трансграничної торгівлі", і, хоча існують значні загрози та перебої, площа де створюються надзвичайно широкі можливості. За даними Глобального інституту Мак-Кінзі, значення потоків даних обігнало значення світової торгівлі фізичними товарами [1]. Трансграничні потоки даних передають цінні потоки інформації та ідей на свій розсуд, а також дозволяють переміщуватись товарам, послугам, фінансам та людям таким чином, що практично кожен вид трансграничної транзакції зараз має цифровий компонент.

На сучасному етапі економічної глобалізації саме діджиталізовані сфери суспільного відтворення постають основним драйвером господарського

зростання, створення інновацій, а також набуття конкурентних переваг у міжнародному бізнесі. Країни з високим ступенем економічної зрілості у якості стратегічних пріоритетів розвитку національно-господарських систем активно впроваджують державні програми стимулювання високотехнологічного експорту, створення різноманітних технопарків і територій пріоритетного розвитку, формування новітньої інформаційної інфраструктури, а також підготовки власних і залучення іноземних висококваліфікованих фахівців. Крім інституційних механізмів сприяння розвитку сучасного інформаційного сектору «нової економіки» господарськими важелями стимулювання діджиталізації суспільного відтворення та формування високотехнологічного експортного потенціалу виступає зростання частки електронної комерції у зовнішньоторговельному обороті індустріально розвинутих країн [3].

Існують усталені традиції у розробленні та виборі концепції веб-проекту. Корпоративний сайт, Інтернет-ЗМІ, Інтернет-крамниця, сайт інформаційної чи навчальної спрямованості – усі ці об'єкти розрізняються за своєю природою і підходом до реалізації. Потрапляючи на сайт, споживач отримує чітку інформацію про те, як оформити та оплатити замовлення, які умови та строки доставки тощо.

Back-office сайту містить і базу даних надісланих замовлень із відстеженням за їх виконанням, і базу клієнтів із їхньою кредитною історією. Система автоматизованого складу та бухгалтерії інтегрована з програмами, які використовуються на підприємстві і стали невід'ємною частиною Back-office [3].

Отже, інтернет-технології сприяють розвитку комерції на національному та міжнародному рівнях. Розвиток сфери електронної комерції в Україні в умовах реалізації положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС вимагає державної підтримки збільшення каналів та асортименту послуг мобільного зв'язку, сприяння комп'ютерній грамотності населення та зростанню кількості активних користувачів Інтернет.

1. Towards the next frontier: Industry 4.0 and e-commerce 2017. Tutwa Consulting Group : вебсайт. URL: <http://www.tutwaconsulting.com/towards-the-next-frontier-industry-4-0-and-e-commerce> (дата звернення: 27.03.2021). 2. Danyliuk N., Zhemba A., Dyma O., Sazonets O., Kachan O. The Advantages Of Cooperative Game Model In Enterprises Interaction In Vertical Marketing Channels By Varying Small Values Of Parameters Of The Advertising Cost Response Function. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2020/3. v. 9, n. 3 (97). P. 60–72. 3. UNCTAD B2C E-commerce Index 2020. UNCTAD : вебсайт. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d09_en.pdf (дата звернення: 27.03.2021).

Ступницький В. В., к.е.н, доцент («Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Дубенська філія, м. Дубно), **Ступницька Н. І.**, викладач (Рівненський державний гуманітарний університет, м.Рівне)

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ - УКРАЇНСЬКИЙ КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСНОЇ ХВОРОБИ COVID-2019-2020

Конституція України однозначно вказує та визначає пріоритет людини, а саме її життя та здоров'я (статі 3, 27, 49, 56).

Тема дослідження – оцінка виконання конституційних принципів України в період пандемії корона вірусної хвороби COVID-2019-2020. Відповідно завданнями дослідження є оцінка ефективності лікування в Україні хворих від коронавірусу COVID-19 та і ефективності проведених реформувань у медицині через статистичні показники.

Так, офіційна статистика вказує, що у 2020 році українців померло на 35 тис. осіб більше, ніж у попередньому (2019 р. – померлих 581 тис., а у 2020 – 616 тис. осіб). Впродовж 2015 – 2019 років в Україні помирало в середньому 42 тис. осіб, то у 2020 році – 48 тис. (зростання склало 15%). За весь час пандемії в Україні коронавірус виявили у 1 357 470 осіб, з них 1 176 918 осіб одужали, і 26 212 осіб померли [1]. За цими показниками відсоток вилікуваних 86,7%, відсоток померлих лише 1,9%. В такому підході українська медицина ефективно бореться з пандемією.

Для порівняння, чума ("Чорна смерть") 1347–1353 років відзначила смертність від 40% до 60%. Пандемія холери протягом ХІХ століття вказала смертність 10 млн жителів Землі [2]. В Україні смертність від пандемії холери тільки в одній Одесі по рокам склала: 1918 року – 55,8%, 1919 р. – 47,2%, 1920 р. – 65,0%, 1921 – 48,8%. У 1991–1996 рр. холера була зареєстрована в 14 областях України і м. Севастополі. Епідемічний рівень досяг у 1994 смертності, яка склала 2,6%, а у 1995 – 1,8%. Пандемія «іспанського грипу» (вірус А/Н1N1) у 1918 –1920 роки спричинила хворобу 500 млн людей, кількість померлих оцінюється на рівні 40–50 млн осіб що склало 9%.

Керівник групи з математичного моделювання проблем COVID-19 І. Бровченко вказує, що смертність восени 2020 складала 1,5%, а на початок березня 2021 року – 2,5% [3]. Згідно інших даних, в Україні підтверджено 1,48 мільйон випадків інфікування вірусом SARS-CoV-2, при цьому померло 28 986 людей, а це рівень смертності 1,96%. Тож можна говорити, що рівень смертності становить приблизно 2%. Розбіжність в 0,5% може бути допустима лише по відносно короткому проміжку часу, а довгостроковому періоді не перевищує 2%. Отож по критерію смертності населенням України сучасна пандемія є не критичною і вказує на дуже низький поріг смертності в порівнянні з іншими світовими пандеміями, що проходили в Україні.

Якщо проаналізувати рівень смертності в Україні в період 1991–2020 рр., то цей показник знаходиться в межах 1,29%–1,65%. При цьому найнижчий у 1991 році, а найвищий у 2005 році. За тридцять років середнє значення рівня смертності населення України склало 1,48%. Але у період 2016–2020 років прослідковується наступна залежність 1,36; 1,35; 1,39; 1,38; 1,48%. Отож у період розгортання першої хвилі короно вірусу в Україні смертність складала лише 1,38%, а у 2020 році уже 1,48%. Збільшення всього лише на 0,1%.

Більш глибокі показники по пандемії подало НАН України за 23 лютого – 1 березня 2021 року, що складає спостереження практично за рік (таблиця).

Таблиця

Відносні показники захворюваності короно вірусу COVID-19

Показник	Кількість, осіб	%	Примітка
Кількість населення	4158840	100	
Всього підтверджених випадків	1352124	3,25	від кількість населення
Летальних випадків	26050	0,06	від кількість населення
		1,93	від підтверджених випадків
Госпіталізовано	153753	0,367	від кількість населення
		11,37	від підтверджених випадків
Перебували у відділенні інтенсивної терапії	16634	1,2	від підтверджених випадків
		10,82	від госпіталізованих
Перебували на ШВЛ	8446	0,62	від підтверджених випадків
		5,49	від госпіталізованих
		10,81	від тих хто перебував у відділенні інтенсивної терапії
Померли серед госпіталізованих	23518	15,30	
		0,06	від кількість населення
Померли, що перебували у відділенні інтенсивної терапії	12623	75,89	
		0,03	від кількість населення
Померли, що перебували на ШВЛ	7479	88,55	
		0,02	від кількість населення

Джерело: розраховано на основі [4].

Таким чином, розрахунки вказують, що хвороба суттєва і призводить до летальних випадків на рівні максимум 2% від чисельності населення України, що в історичному ракурсі не відповідає рангу дуже небезпечної хвороби. Проте, з аналізу статистичних даних слід констатувати зовсім інші аспекти. По-перше – високий рівень смертності серед госпіталізованих (15,3%). По-друге – надзвичайно високий рівень смертності серед тих

хворих, які перебували у відділенні інтенсивної терапії (75,89%). По-третє – найвища смертність у тих, хто був підключений до ШВЛ (88,55%). Не забуваймо те, що в Україні дефіцит медичних працівників, а 30% з працюючих – пенсіонери, або особи передпенсійного віку. Впродовж 2015–2017 років Україну покинуло на завжди 1,303 млн медпрацівників.

Отож маємо специфічну ситуацію при нагнітанні масового психозу щодо розповсюдження пандемії в Україні, введення різних обов'язкових карантинних мір, заходів та обмежень. Загальний рівень смертності населення збільшився всього на 0,1%. Зростання смертності навіть до 2% не вказує на характер дійсно небезпечної пандемії для здоров'я населення.

З даних показники захворюваності корона вірусу COVID-19 цілком зрозуміло, що підходи у лікуванні хворих практично не відпрацьовані, а застосовані методики лікування абсолютно не ефективні. Цифра смертності майже 89% – це вражаюча статистика смертності. Реально, реформована система охорони здоров'я та система лікування стала не те що не ефективною, але й небезпечною. Українська медична сфера показала повну відсутність соціальної відповідальності перед українським народом. Однак така ситуація є досить зрозумілою, адже реальне реформування звелось винятково до ліквідації радянської системи і невдалих спроб налагодити нову систему без врахування соціально-економічного середовища України.

Саме ця нова «системна хвороба» COVID-19 і поставила загальну оцінку усім реформуванням – українська медична система абсолютно не готова до нових викликів, а головне не здатна розробляти новітні інноваційні підходи у лікуванні. По іншому, науково-практичний потенціал радянської системи втратили на завжди, а національний, який орієнтувався б на масовість застосування та швидкість охоплення населення напрацювати ніхто і не передбачав у можливих варіантах прояву.

Систему управління людськими ресурсами українська влада вирішує кардинально – частина населення вмере через нагнітання психозу, інша частина сама виїде з рідної країни, а хто залишиться той буде вакцинований і спокійно та сповільнено теж помре.

1. Д. Куришко. Скільки людей вбила пандемія в Україні у 2020 році. BBC News Україна : вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56260505> (дата звернення: 25.03.2021). 2. Чума, холера, "іспанка": як великі пандемії змінювали світ. BBC News Україна : вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52291698> (дата звернення: 25.03.2021). 3. Коронавірус в Україні і світі. Живий блог. Радіо свобода : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30466101/lbl0lbi218258.html> (дата звернення: 25.03.2021). 4. Огляд епідемічної ситуації в Україні за 23 лютого – 1 березня 2021 року (РГ-38а). Офіційний веб-сайт НАН України. URL: <http://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=7545> (дата звернення: 25.03.2021).

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТУ

Бухало Ю. П., студент; **Гладка О. М.**, к.т.н., доцент, **Карпович І. М.**, к.ф.-м.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВПРОВАДЖЕННЯ СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНОГО ПІДХОДУ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС

На прикладі ОП «Професійна освіта. Комп'ютерні технології»

Національний університет водного господарства та природокористування, поряд з іншими провідними університетами України, відповідно до «Місії, візії, цінностей та стратегічних напрямів розвитку НУВГП на 2020–2025 рр.» впроваджує студентоцентризований підхід в освітні процеси за усіма освітніми програмами. Такий підхід відповідає сучасним вимогам до забезпечення якості вищої освіти Міністерства освіти і науки України та Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти і передбачає, зокрема, ознайомлення здобувачів вищої освіти з основними положеннями і цілями їхньої освітньої програми, критеріями оцінки якості освітнього процесу, структурою та змістом освітньої програми, результатами навчання, системою забезпечення якості освіти тощо.

Сутність студентоцентризму полягає у створенні такої моделі освіти, за якої студент знаходиться в центрі освітнього процесу, тобто з об'єкта навчання і виховання перетворюється на суб'єкт освітньої діяльності, повноправного члена академічної спільноти, активного учасника науково-освітнього та культурно-просвітницького процесу. Студентоцентризм передбачає концентрацію зусиль на врахуванні індивідуальних якостей, здатностей, інтересів і вподобань особистості здобувача освіти, формування індивідуальної освітньої траєкторії і, відповідно, індивідуального профілю компетентностей. В основі студентоцентризованого навчання лежить не тільки знаннєвий аспект компетентісної парадигми освітньої діяльності, а й орієнтація на отримання симбіозу знань, умінь, навичок, здатностей розв'язувати складні завдання в умовах сучасних технологічних, соціальних та економічних викликів.

Університет залучає студентів до:

- розробки стратегічного плану розвитку університету;
- розвитку внутрішньої системи забезпечення якості освітнього процесу;
- розробки документів, що стосуються усіх стадій студентського «життєвого циклу», наприклад: добору студентів, оцінювання успішності, визнання та видачі дипломів;

- аналізу освітніх програм на предмет внутрішньої цілісності та недопущення дублювання навчальних дисциплін чи їх елементів;
- виконання науково-дослідних робіт, що дозволяють здобувачам вищої освіти розвинути дослідницькі компетентності під час навчання на освітній програмі;
- процесу подання та аналізу публічної інформації;
- розробки процедур врегулювання конфліктних ситуацій тощо.

В НУВГП забезпечено право студентів на:

- реалізацію принципів та положень студентської автономії;
- приведення освітніх програм у відповідність до очікувань та потреб студентів;
- взаємозалік курсів/модулів, що надаються НУВГП, із тими, що можуть бути отримані в іншому ЗВО, зокрема, зарубіжному;
- врахування індивідуальних освітніх потреб та запитів під час навчання;
- вивчення додаткових курсів для «підтягування» тих осіб, кому не вистачатиме знань для успішного проходження програми;
- використання офіційних процедур розгляду заяв та скарг;
- отримання інформації щодо прийняття рішень на основі результатів оцінки їх задоволеності освітнім процесом, зокрема, результатів оперативного реагування на виявлені недоліки освітніх програм;
- на особливі умови складання іспитів для осіб із особливими освітніми потребами;
- поінформованість про наявні ресурси та відповідні послуги у НУВГП;
- доступ до новітніх, зокрема, англomовних публікацій, що відповідають змісту програми;
- інформаційний супровід, орієнтований на поліпшення результатів навчання.

Студентоцентроване навчання за освітньою програмою «Професійна освіта. Комп'ютерні технології» реалізується в можливості формування індивідуальної траєкторії навчання, щосеместрового опитування студентів та прийняття рішень на їх основі. Здобувачі вищої освіти мають можливість висловлювати думку щодо визначення якості змісту освітньої програми та потреби її удосконалення для побудови власної кар'єри; обирати додаткові дисципліни поза спеціальністю для здобуття додаткових кваліфікацій чи компетентностей; брати участь у міжнародній академічній мобільності; систематично і анонімно оцінювати викладачів з метою підвищення ефективності їх роботи; впливати на вибір таких форм та методів викладання та навчання, що оптимально сприяють вимогам студентоцентрованого навчання.

Живий Я. В., студент; **Гладка О. М.**, к.т.н., доцент, **Карпович І. М.**, к.ф.-м.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РОЗРОБКА ПРОГРАМНОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ 3D-ГРАФІЧНИХ ТА АНІМАЦІЙНИХ ДОДАТКІВ

На сьогоднішній день діяльність більшості ІТ-компаній, що працюють на ринку програмного забезпечення, в тій чи іншій мірі пов'язана з комп'ютерною графікою, яка проникає майже у всі сфери людської діяльності. Попри те, що є чимало програм, які дають можливість створювати чи обробляти 3D- графічні і анімаційні зображення, існує величезна потреба в ефективних програмних платформах, які б дозволяли користувачам створювати свої 3D- додатки. Ще одна важлива проблема, з якою стикаються такі користувачі, – надмірні вимоги і величезні ресурси, яких потребують графічні платформи, оскільки їх розробники не "потурбувалися" про оптимізацію своїх програм, або оптимізація більше стосується "зручностей" програмістів, але не враховує особливості роботи апаратної частини комп'ютера.

Метою цієї роботи є розробка програмної платформи для створення 3D-графічних додатків. Основне завдання платформи – візуалізація (рендеринг) двовимірної або тривимірної комп'ютерної графіки. Вона може існувати як окремий продукт або в складі ігрового "рушія", може використовуватися для візуалізації окремих зображень чи комп'ютерного відео. До створеної платформи висувалися такі вимоги: високий рівень продуктивності, можливість працювати з великою кількістю об'єктів, наявність зручних API для програмування 3D-додатків, виконання у режимі реального часу, підтримка фізичних властивостей об'єктів, підтримка сучасних графічних стандартів.

Розроблена графічна платформа належить до програмних систем низького рівня, тобто тих систем, які мають мінімальну кількість рівнів абстрагування між програмною частиною та компонентами комп'ютера. Головною відмінністю системного програмування від прикладного, як відомо, є те, що прикладне програмне забезпечення (наприклад, текстові процесори, графічні редактори) призначене для різноманітних користувачів, тоді як спеціальні системні програми значно залежать від апаратної частини, оскільки призначені для обслуговування апаратного забезпечення чи операційної системи (дефрагментація диску, графічні рушії, індустріальна автоматизація тощо). Це обумовлює обмеження на вибір мови і середовища програмування для створення таких систем.

Для вибору мови програмування проведено порівняльне дослідження 4-х мов програмування (Java, Python, C, C++), синтаксис, спеціальні можливості та компілятори яких відповідають вимогам розробки графічної платформи, тобто надають можливість керування пам'яттю та мають компілятор, що

напрямку перетворює програмний код у машинний. На основі результатів виконаного аналізу, мовою розробки обрано мову C++, яка орієнтована на системне програмування і створення великих систем, є продуктивною, ефективною та гнучкою для використання, потребує обмежених ресурсів, має розвинену програмну інфраструктуру.

Розробка графічної платформи базується на парадигмі програмування “Інформаційно-орієнтовний дизайн” (Data-oriented design, DOD), графічному інтерфейсі програмування OpenGL та системі “Сутність – компонент” (Entity Component System, ECS).

Розроблена програмна платформа складається з 9-ти компонентів, які об’єднані у 3 групи:

- Взаємодія з ОС та компонентами ПК:
 - Компонент контролю функцій ОС
 - Компонент контролю з графічним API
- Внутрішні компоненти:
 - Компонент обробки графіки
 - Компонент ECS
 - Компонент обробки об’єктів сцени (віртуального середовища)
 - Компонент контролю програмних модулів
 - Компонент утиліт
- Зовнішні компоненти:
 - Компонент візуалізації подій платформи (логування)
 - Компонент графічного інтерфейсу.

Використаний графічний інтерфейс програмування (Graphics API) OpenGL є низькорівневою процедурною графічною бібліотекою, що базується на імперативному підході, тобто змушує програміста задавати точну послідовність кроків, щоб побудувати результуючу растрову графіку. OpenGL суттєво відрізняється від дескрипторних бібліотек комп’ютерної графіки, що надають готові функції для опрацювання завдань рендерингу, коли вся сцена передається у вигляді структури даних (найчастіше дерева), яке обробляється і будується на екрані. З одного боку, імперативний підхід вимагає від програміста глибокого знання законів тривимірної графіки та математичного моделювання, з іншого боку – дає свободу впровадження різних інновацій. Основні два завдання, що реалізує OpenGL – це “сховати” складності адаптації різних 3D- прискорювачів, надаючи розробнику єдиний API, і знівелювати відсутню функціональність різних апаратних платформ шляхом програмної емуляції.

Кардаш А. В., ліцеїстка (Обласний науковий ліцей, м. Рівне),
Самолук Н.М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ КРИПТОВАЛЮТИ ЯК АЛЬТЕРНАТИВИ КЛАСИЧНІЙ ВАЛЮТИ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та активізація інформаційного суспільства призводять до суттєвих змін у всіх сферах економічної діяльності, зокрема до появи нових форм грошей. Тема криптовалют сьогодні стала однією з найбільш обговорюваних серед інвесторів та науковців.

Відомо, що сам термін криптовалюта (cryptocurrency) вперше був використаний у матеріалі Forbes про Bitcoin в 2009 році, де відзначалося, що криптовалюта – швидка та надійна система платежів і грошових переказів, заснована на новітніх технологіях і не підконтрольна жодному уряду [3]. Офіційний сайт найпершої та найбільш популярної криптовалюти Bitcoin визначає криптовалюту як «інноваційну мережу платежів і новий вид грошей, що використовує P2P-технологію і функціонує без центрального контролюючого органу або банку; обробка транзакцій та емісія виробляються колективно, зусиллями мережі» [1]. В законодавстві різних країн відсутнє спільне трактування терміну криптовалюти. Деякі науковці відносять криптовалюту до «віртуальної валюти» та називають інноваційною мережею платежів і новим видом грошей, інші заперечують «причетність» криптовалюти до грошей та називають «цифровим активом».

Отже, як бачимо, термін «криптовалюта» часто ототожнюють з «віртуальною валютою» та «цифровою валютою». Однак ці терміни не можна вважати абсолютними синонімами криптовалюти, оскільки вони ширші за обсягом («криптовалюти» є одним з видів «децентралізованих віртуальних валют»).

Різні аспекти використання криптовалют, вказують на те, що вони схожі з електронним видом грошей безготівкової форми їх обороту. Однак, хибним є повне ототожнення криптовалюти з безготівковими грошима в цілому, і їх окремого виду – електронними грошима.

Схожість проявляється у тому, що криптовалюти як електронні гроші є неперсоніфікованим платіжним інструментом та обертаються поза межами банківської системи в електронному вигляді. Якщо емітенти електронних грошей мають тісно взаємодіяти із банками для забезпечення вільного обміну електронних грошей на традиційні і навпаки, то криптовалюти не є «банківськими грошима», вони не враховуються при розрахунку монетарних агрегатів та не можуть бути використані для здійснення банківських послуг (прийому депозитів та видачі кредитів) [2].

Основні відмінності криптовалют від електронних грошей:

- доступність до криптовалюти обмежується лише доступом до мережі

Інтернет, в той час доступність до електронних грошей пов'язана із доступом до мобільних девайсів і агентської мережі;

- більшість країн поки що не мають правового регулювання обігу криптовалюти, електронні гроші регулюється уповноваженим органом (найчастіше – центральний банк);

- емітентом криптовалют є майнери, а емітентом електронних грошей виступає юридично уповноважена особа-емітент;

- виробляється криптовалюта в процесі майнінгу, електронні ж гроші випускаються за наказом уповноваженого органу в кількості, яка дорівнює масі фіатних грошей;

- при використанні електронних грошей для запобігання фінансових ризиків, вимагається процедура ідентифікації клієнта, а при використанні криптовалюти зберігається анонімність;

- цінність криптовалюти визначається попитом та пропозицією, довірою користувачів до системи, а цінність електронних грошей дорівнює цінності та кількості фіатної валюти;

- методи криптографії також застосовуються для обігу й захисту електронних грошей у звичайних платіжних системах. Однак у випадку з криптовалютою без математичних алгоритмів апіорі неможливе створення «монет» і транзакцій, навіть якщо дані не доводилося захищати.

До Топ-10 криптоактивів за розміром ринкової капіталізації відносять Bitcoin, Ethereum, Ripple, Tether, Litecoin, Bitcoin Cash, Chainlink, Cardano, Polkadot, Binance Coin. Найпоширенішою і найдорожчою з криптовалют є Bitcoin, що з'явився у 2009 році. У 2017 році Bitcoin розколовся на Bitcoin (342.2 млрд. дол. США) і Bitcoin Cash (4.9 млрд дол. США).

Найбільшою загрозою для криптовалюти є волатильність курсу, але така небезпека визвана не стабільним попитом та пропозицією на цифрову валюту, і як тільки вона ввійде в маси, курс стабілізується. Перед здійсненням інвестицій у криптовалюту, необхідно зважити певні ризики, такі як коливання її вартості та не до кінця сформовану регуляторну політику зі сторони урядів різних країн.

Хоча останнім часом популярність криптовалюти набирає обертів, вона все ще представляє собою відносно незначну частину глобальної фінансової екосистеми.

1. Embassy of Bitcoin (Ukraine): вебсайт. URL: <https://www.embassyofbitcoin.com/%d1%82%d0%be%d0%bf5%d0%ba%d1%80%d0%b8%d0%bf%d1%82%> (дата звернення: 14.03.2021). 2. Погрібний Д. І. Актуальні проблеми визначення правового статусу криптовалют в контексті формування цифрової взаємозалежності. *Теорія і практика правознавства*. 2019. Вип. 2 (16). URL: <http://tlaw.nlu.edu.ua/article/view/186040> (дата звернення: 14.03.2021). 3. Що таке Bitcoin і криптовалюта? Bitcoin Security: вебсайт. URL: <http://bits.media/chto-takoe-bitcoin> (дата звернення: 14.03.2021).

Наконечна Ю. А., студентка, **Волошин В. С.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДТРИМКИ МЕНЕДЖМЕНТУ СТУДЕНТСЬКИХ ГУРТОЖИТКІВ

У сучасному світі, в будь-якій організації особливе значення має людина, яка керує певним видом діяльності, гуртожитки не є винятком. Керуючий гуртожитком – професія, пов'язана з роботою і обробкою великих обсягів інформації. В даний час, в більшості гуртожитків коменданти, адміністратори керують цією інформацією за допомогою старого перевіреного методу – в паперовому варіанті. Але такий спосіб вже не підходить для сучасного комп'ютеризованого суспільства, так як людина фізично не може устежити за всіма аспектами своєї роботи, а помилки можуть привести до незворотних наслідків.

Одним із засобів ІТ технологій для підтримки менеджменту студентських гуртожитків є створення та введення в експлуатацію інформаційної системи, що дозволить автоматизувати збір і зберігання інформації про освіту студентів, про самих студентів, гуртожитків і їхніх кімнат, а також даних про керуючих гуртожитками.

Логічна модель даних такої системи зображена на рисунку.

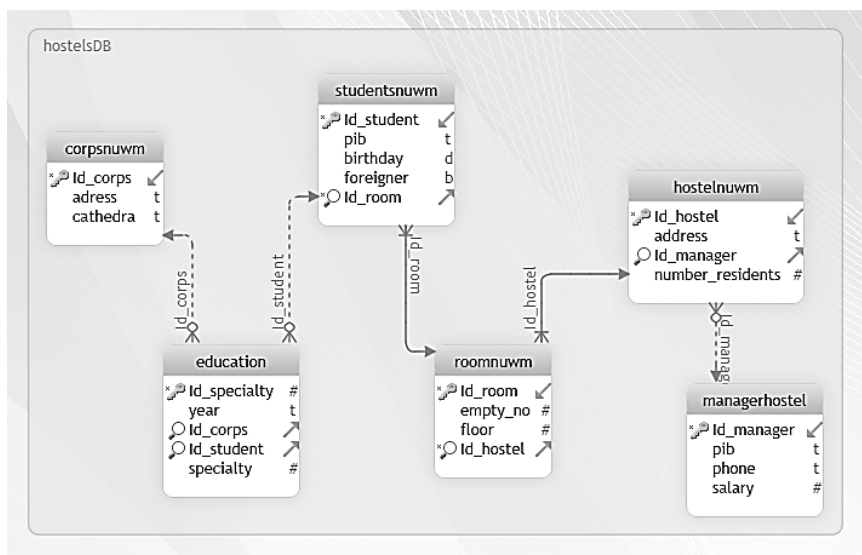


Рисунок. Логічна модель даних АІС «Гуртожитки»

Як видно з даної схеми база даних MySQL [1] інформаційної системи гуртожитків налічується шість таблиць. Так, наприклад, таблиця «hostelnuwm» створена за допомогою наступного SQL запиту:

```
CREATE TABLE `hostelnuwm`  
(`Id_hostel` int(11) unsigned NOT NULL AUTO_INCREMENT,  
`address` varchar(255) DEFAULT NULL,  
`Id_manager` int(11) unsigned DEFAULT NULL,  
`number_residents` int(10) unsigned DEFAULT NULL,  
PRIMARY KEY (`Id_hostel`),  
KEY `manager` (`Id_manager`),  
CONSTRAINT `manager`  
FOREIGN KEY (`Id_manager`) REFERENCES `managerhostel`  
(`Id_manager`)  
ON DELETE CASCADE ON UPDATE CASCADE)  
ENGINE=InnoDB AUTO_INCREMENT=7 DEFAULT CHARSET=utf8
```

Засобами розробки прикладного програмного забезпечення було обрано мову програмування C# – об'єктно-орієнтована мова програмування з безпечною системою типізації для платформи .NET [2].

Розроблена система є дуже зручним доповненням для обробки великих обсягів даних в гуртожитках. За рахунок інтеграції по локальних та глобальних мережах [3], виникає можливість одночасної синхронної роботи декількох менеджерів.

У разі приїзду нового студента і видачі йому кімнати, існує можливість швидкого додавання студента в списки осіб, що проживають в гуртожитку. Так само існує можливість швидкого призначення і зняття з посади керуючих. Крім цього, надається можливість швидкого редагування даних, що стосуються самих гуртожитків і кімнат в них, спеціальностей і корпусів. У формах інформаційної системи присутні пов'язані таблиці, в яких видно взаємозалежні об'єкти. Завдяки подібним технічним рішенням система стає більш універсальною і зрозумілою для користувача, що і є основним завданням проектування.

Підсумовуючи потрібно відмітити, що за допомогою інформаційної системи можна здійснювати ефективний менеджмент студентських гуртожитків, зокрема сформувати карту кожного студента, отримати дані про кількість вільних кімнат та кількість іноземних студентів.

1. MySQL : веб сайт. URL: <https://www.mysql.com/> (дата звернення: 27.02.2021).
2. Документація по C #. Технічна документація Майкрософт : вебсайт. URL: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/dotnet/csharp> (дата звернення: 01.03.2021).
3. XAMPP. apachefriends.org : вебсайт. URL: <https://www.apachefriends.org/ru/index.html> (дата звернення: 01.03.2021).

Рудзінська А. М., студентка, **Грицюк П. М.**, професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИБОРІВ МЕТОДАМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Політична діяльність і, зокрема, вибори президента країни є дуже складним процесом, який важко моделювати і прогнозувати. Але запит на такі дослідження є дуже великим. В даній роботі проведено дослідження різних методів прогнозування виборів президента США на рівні штатів: методу множинної лінійної регресії з відбором регресорів, методу головних компонент, методу штучних нейронних мереж. Метою роботи є апробація моделей, здатних ефективно прогнозувати результати виборів.

Ми використали можливості пакету R-Studio для аналізу та прогнозування процесу виборів президента США [1]. Американська виборча система досить заплутана, а вибори є непрямими (їх ще називають «опосередкованими» або «багатоступеневими») [2]. Американський президент обирається на чотири роки і може обіймати посаду глави Білого дому не більше двох термінів. Обирають американці не безпосередньо президента, а виборців так званої Колегії виборців. Кількість виборців від кожного штату дорівнює кількості конгресменів (залежить від кількості населення) і сенаторів (два на кожний штат). Таким чином більші штати мають більшу кількість виборців, але кількість голосів звичайних громадян не є пропорційною до кількості голосів виборців Виборчої колегії. Всього в Колегії 538 виборців. Щоб стати президентом Сполучених Штатів Америки необхідно здобути 270 голоси.

В усіх, окрім двох штатів (Небраска, Мен), вибори проводяться за принципом «переможець забирає все». Отже, якщо кандидат відчуває, що він отримає 60% або більше голосів в певному штаті, або ж розуміє, що програє, то агітації там проводити сенсу немає. І всі зусилля зосереджуються на так званих «штатах-гойдалках». Під час останніх виборів це були Огайо, Флорида, Вірджинія, Вісконсін та Невада.

Політична система США включає декілька партій, але серед них превалюють дві: демократична та республіканська. Така бінаризація політичної системи дещо спрощує підхід до інтелектуального аналізу та прогнозування виборчих процесів. В процесі досліджень ми аналізували базу даних з результатами голосування за президента США за період 1988–2020 роки. База даних – це таблиця, яка містить 51 рядків-зразків (штати) та 9 стовпців-ознак (голосування виборців у різні роки). Значення кількості голосів виборців коливаються від 0 до 55 (максимально можлива кількість голосів виборців від одного штату). Голоси віддані за демократів беруться із знаком «+», голоси, віддані за республіканців, беруться із знаком «-». Таким чином, кожен штат описаний у просторі 8 ознак (голосування у різні роки

від 1988 до 2016 року), які можуть бути використані для передбачення голосування у 2020 році.

Серед моделей множинної лінійної регресії з вибором факторів найбільшу ефективність продемонструвала модель регресії на скороченій множині регресорів d92, d96, d04, d08, d16. Одним з найбільш популярних методів зниження розмірності вихідного набору даних є метод головних компонент. Цей метод дозволяє сформулювати ортогональну систему координат, яка забезпечує оптимальне розташування точок об'єктів відносно осей головних компонент нового редукованого простору. Ми визначили оптимальну розмірність простору головних компонент за критерієм Кайзера-Гутмана, який рекомендує залишити лише ті головні компоненти, власні значення яких перевищують їх середнє значення. Рекомендована кількість головних компонент за цим критерієм – 2. Ці компоненти пояснюють 81% загальної дисперсії. Але ми віддали перевагу моделі регресії на трьох головних компонентах, оскільки вона може пояснити 89% загальної дисперсії.

Штучні нейронні мережі – це нова і досить перспективна обчислювальна технологія, яка реалізує нові підходи до дослідження динамічних задач з області господарської, управлінської та політичної діяльності. Здатність до моделювання нелінійних процесів, до роботи із зашумленими даними і адаптивність дають можливість застосовувати нейронні мережі для розв'язування широкого класу задач. Головною перевагою нейромереж перед класичними моделями класифікації та прогнозування є їх здатність до навчання. Метод штучних нейронних мереж є дуже гнучким, оскільки дозволяє оптимізувати прогнозну модель завдяки підбору оптимальної архітектури мережі та шляхом наступного навчання мережі.

Завершальна фаза досліджень передбачала проведення серії комп'ютерних експериментів з нейронними мережами різної конфігурації (табл. 1). У кожному з таких експериментів ми використовували мережу з двома прихованими шарами та різною кількістю нейронів у кожному шарі. Головними критеріями кожної моделі були похибка прогнозу та кількість неспівпадаючих знаків прогнозу з фактичним результатом виборів 2020 року. Саме останній показник відіграє вирішальну роль при оцінці якості прогнозної моделі.

Найкращу якість прогнозування забезпечили ШНМ з невеликою кількістю нейронів у шарах. За критеріями середньоквадратичної похибки RMSE та критерієм кількості помилкових знаків Знак, найкращими моделями можна вважати моделі NN43 та NN53. Модель штучної нейронної мережі NN43 правильно передбачає результати виборів у 48 штатах і дає помилковий прогноз лише у 3 штатах. Справджуваність моделі становить 94%, що є дуже хорошим результатом для подібних моделей.

Таблиця 1

Результати прогнозування моделі ШНМ з різною конфігурацією

Тип ШНМ	R ²	RMSE	Znak	Тип ШНМ	R ²	RMSE	Znak
NN22	0.79	6.49	5	NN34	0.75	7.18	3
NN32	0.78	6.70	4	NN44	0.74	7.34	3
NN42	0.79	6.51	4	NN54	0.69	7.92	3
NN23	0.73	7.44	3	NN25	0.81	6.22	4
NN33	0.77	6.85	4	NN35	0.81	6.33	4
NN43	0.80	6.39	3	NN45	0.78	6.68	4
NN53	0.78	6.76	3	NN55	0.82	6.17	4

Таким чином, для передбачення результатів виборів президента США у 2024 році ми використали три моделі: модель множинної лінійної регресії з відбором факторів, модель регресії на трьох головних компонентах та модель штучної нейронної мережі. Моделі лінійної регресії передбачають зміну настроїв виборців у штатах Арізона (11 голосів) та Вірджинія (13 голосів), що може покращити шанси республіканців. Модель штучної нейронної мережі передбачає мінімальні зміни у порівнянні з 2020 роком. Всі моделі передбачають перемогу кандидата від демократів на виборах 2024 року (табл. 2).

Таблиця 2

Прогнозована перевага демократів у голосах виборців на виборах 2024 року

	2020	LMR	PC3	NN43
Перевага демократів у голосах виборців	79	35	29	85

Таким чином, у наших дослідженнях найвищу ефективність прогнозування (рівень справджуваності 94%) продемонструвала модель NN43. Однак, навіть найкращі інтелектуальні моделі нездатні спрогнозувати результат, який не зустрічався для цього об'єкта у минулому. Для усунення цього недоліку пропонується доповнювати набори історичних даних ще одним фіктивним предиктором, побудованим з даних, які не зустрічаються в історії, але є можливими у принципі.

1. Шитиков В. К., Мاستицкий С. Э. Классификация, регрессия и другие алгоритмы Data Mining с использованием R. Тольятти, Лондон : Б.и., 2017. 351 с. URL: <https://github.com/ranalytics/data-mining> (дата звернення: 09.03.2021). 2. Rothschild D. Forecasting elections: Comparing prediction markets, polls, and their biases. *Public opinion quarterly*. 2009. Vol. 73, N 5. P. 895–916.

Сиротинська А. П., к.т.н., доцент, **Сиротинський О. А.**, к.т.н., доцент,
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ПІДТРИМЦІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Успішне функціонування бізнесу передбачає оперативне прийняття ефективних управлінських рішень. Сьогодні це неможливо без використання інформаційних технологій, які здатні забезпечувати менеджмент підприємства цілісними та достовірними даними. Ринок програмного забезпечення пропонує різноманітні системи для підтримки прийняття управлінських рішень. Всі вони передбачають внесення вхідних даних, подальшу їх обробку та аналіз і отримання вихідної інформації. Джерелом вхідних даних в таких системах є облікова інформація підприємства. Сьогодні в управлінських інформаційних системах з'являються інструменти, які задовольняють потреби управлінського персоналу щодо підтримки прийняття рішень. Дослідження особливостей їх використання є актуальним в сучасних умовах господарювання.

Проблемам інформаційного забезпечення підтримки прийняття управлінських рішень присвячено ряд наукових доробок. Основні поняття і методологічні основи систем підтримки прийняття рішень досліджувались Демиденко М.А. [1] і Щербак А.М. [2]. Підходи до розвитку інформаційних та інтелектуальних технологій для підтримки прийняття управлінських рішень викладені в працях Саєнсус М.А. та Карнаухова Г.С. [3], Кузьміної О.М. та Яремко С.А. [4], Запорожець Т.В. [5], Кветного Р.Н. та Кузьміної Н.Ф. [6]. Проблеми інформаційного забезпечення діяльності підприємств аналізували Скрутол С.Д., Концеба С.М., Родащук Г.Ю. [7]. Проте, засоби інформаційних систем для підтримки прийняття управлінських рішень вивчені не достатньо.

Сучасні управлінські інформаційні системи сьогодні представлені ERP-системами. Вони активно впроваджуються у різних сферах підприємництва і забезпечують автоматизацію не лише всіх бізнес-процесів, але й процедур прийняття управлінських рішень в єдиному інформаційному середовищі. Прикладами таких систем можуть бути закордонні Microsoft Dynamics 365, Oracle Enterprise Resource Planning, SAP ERP та вітчизняна BAS ERP.

Оперативний облік господарських операцій підприємства в таких системах відбувається шляхом реєстрації первинних документів, які створюють записи про операції на рахунках бухгалтерського обліку і в регістрах. Ці дані є джерелом інформації для підтримки прийняття управлінських рішень, які узагальнюються та формуються з використанням наступних засобів: відомостей за рахунками бухгалтерського обліку; управлінських звітів; аналітичних таблиць, графіків та діаграм.

Відомості за рахунками бухгалтерського обліку містять повні й

оперативні дані, вони відображають інформацію на початок і кінець та зміни протягом обраного періоду. Слід зауважити, що використання цих відомостей вимагає в управлінського персоналу наявність знань з бухгалтерського обліку.

Управлінські звіти дозволяють сформувати дані про засоби підприємства та джерела їх формування, доходи і витрати за обраний період. Вони можуть представити інформацію про планові та фактичні результати діяльності підприємства. Недоліком використання цих звітів, як і відомостей за рахунками бухгалтерського обліку, при прийнятті управлінських рішень є необхідність проведення додаткових розрахунків для визначення динаміки змін показників та її оцінки.

Аналітичні таблиці, графіки та діаграми є найбільш ефективними засобами інформаційних систем при прийнятті управлінських рішень. Вони представляють не лише величини показників, але й динаміку їх змін за обраний період зі встановленим інтервалом, та можуть відображати розраховані прогнознi значення.

Отже, засоби інформаційних систем є сучасним інструментарієм менеджменту підприємства в підтримці прийнятті управлінських рішень. Вони дозволяють проаналізувати й оцінити величину та динаміку показників діяльності суб'єкта господарювання та забезпечити ефективність управлінських рішень.

1. Демиденко М. А. Системи підтримки прийняття рішень : навч. посіб. Дніпропетровськ : Нац. гірн. ун-т., 2016. 104 с. 2. Щербак А. М. Оцінювання інформаційних процесів управління промисловим підприємством : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2019. 249 с. 3. Саєнсус М. А. та Карнаухова Г. С. Прийняття управлінських рішень: використання інформаційних технологій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2017. Вип. 23. Ч. 3. С. 173–177. 4. Кузьміна О. М., Яремко С. А. Застосування інтелектуальних інформаційних технологій для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2020. Вип. 35. С. 135–140. 5. Запорожець Т. В. Застосування інтелектуальних технологій та систем штучного інтелекту для підтримки прийняття управлінських рішень. *Вчені записки ТНУ ім. В.І.Вернадського. Сер. Державне управління*. 2020. Том 31 (70). № 32. С. 79–85. 6. Кветний Р. Н., Кузьміна Н. Ф. Розподілена система підтримки прийняття групових рішень. *Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія*. 2020. № 1. С. 4–13. 7. Скрутол С. Д., Концеба С. М., Родашук Г. Ю. Інформаційне забезпечення процесу розробки і прийняття управлінських рішень. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. Вип. 2 (40). С. 88–92.

Слівчук І. В., студент, **Кардаш О. Л.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АВТОМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Моделі управління бізнесом змінюються під впливом часу та появою інформаційних технологій. Новітні інформаційні технології дозволяють значно полегшити виконання багатьох функціональних завдань в бізнесі. Автоматизація бізнес-процесів стала можливою саме завдяки веб розробок і появи спеціального інформаційного софту.

Під бізнес-процесом слід розуміти певну сукупність дій (кроків, етапів, функцій), які здійснюються в певному порядку для досягнення кінцевих цілей компанії. Автоматизувавши ці дії, дає можливість налагодити ефективну комунікацію з клієнтами і забезпечити безперервний діалог між відділами компанії, як результат, збереження клієнтів та збільшення прибутку бізнесу.

Автоматизований бізнес процес - зручний і функціональний інструмент для управління успішним підприємством. За допомогою зручного візуального інструменту можна відстежити якість ведення даних про угоди, контролювати повноту наповнення профілів клієнтів в базі, оцінити ефективність роботи співробітників і хід виконання бізнес-завдань.

Існує ряд завдань, які можуть виконувати сучасні програми, тим самим звільняючи людський ресурс підприємства від виконання рутинних дій. В результаті відбувається оптимізація процесів і збільшення ефективності команди в цілому.

Правильно організована робота – база для повноцінної діяльності. У кожній компанії налічується не один такий механізм. Зведення їх в єдине ціле, структуризація і взаємодія між собою – завдання, що вимагає відповідального підходу та досвіду. У кожного процесу повинен бути відведений менеджер, який керує ним і відповідає за результат. Завдяки сучасним програмним розробкам багато кроки можна оптимізувати і спростити завдяки автоматизації.

Менеджери отримують зручну та багатофункціональну систему управління завданнями. Вони можуть вказати відповідальних та учасників задач процесу, розраховувати витрачений на виконання час і планувати на основі цього подальші дії. Система завжди нагадає про дедлайни за завданнями, повідомить про важливі події співробітників і клієнтів. А інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, зробить роботу в системі простою. Автоматизація бізнес-процесів, пов'язаних з виконання рутинних завдань, дозволяє прискорити роботу менеджера і підвищити ефективність його робочого часу.

На допомогу автоматизації бізнес-процесів приходять CRM-системи, які націлені на зберігання і систематизацію даних про клієнтів, заявок та угод.

Метою системи являється налагодження діалогу з клієнтом таким чином, щоб збільшити і пришвидшити продаж товарів чи послуг.

Елементами CRM-систем являються:

- клієнтська база;
- угоди;
- довідники;
- засоби автоматизації.

Вдалим використанням CRM-системи є програмний продукт «Бітрікс24» – це зручна система для управління бізнес-процесами. Налаштування оплати рахунків, заяв на відпустку і відрядження, облік вихідних документів, отримання підзвітних коштів, – всі ці дії автоматизовано у сервісі.

У «Бітрікс24» можна користуватися не тільки готовими бізнес-процесами, а й налаштовувати свої. Технологія drag&drop дозволяє описати процес, вибрати відповідальних за проходження потрібних етапів і запустити у роботу.

Проектування та налаштування бізнес-процесу виконується за допомогою візуального конструктора. Уся послідовність кроків у бізнес-процесі буде представлена у вигляді ланцюжка, який складається із блоків-дій.

У створеному бізнес-процесі можливо автоматично запускати такі дії: процес обробки документа (затвердження, блокування, зміна, видалення, публікування і т.п.), додавати конструкції (наприклад, різні умови виконання тієї або іншої дії), відправляти повідомлення співробітникам, ставити завдання та інші.

«Бітрікс24» дає можливість створення інтернет-магазину за шаблоном кількома кліками і отримати готовий ресурс з онлайн-чатом, формою заявки, зворотним дзвінком. Оскільки магазин сформований всередині CRM, то додаткової інтеграції не потрібно, звернення відразу потрапляють у CRM. Магазин SEO-оптимізований, до нього можна підключити Google Аналітику. Крім того, «Бітрікс24» надає безкоштовний хостинг і можливість прив'язки до вашого домену, або формування піддомену bitrix24.shop.

1. Малик І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2013. Вип. 1 (14). С. 25–34. 2. Що таке CRM-система, ERP-система, управління бізнес-процесами (BPM). crm-onebox.com : вебсайт. URL: <https://crm-onebox.com/ua/what-is-crm-erp-bpm> (дата звернення: 15.03.2021).

Ящук Д. А. студент, **Бабич Т. Ю.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ФІНАНСОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На сучасному етапі розвитку світової економіки спостерігається зростання динаміки фінансових операцій. Відомо, що кредитні операції для банку є найбільш дохідними, але й дуже ризикованими. Неповернення кредитів є проблемою, з якою банки зустрічаються дуже часто. Рівень кредитного ризику, особливо для банків, значно зростає. Саме тому одним із найбільш актуальних питань залишаються дослідження у напрямку розробки якісних моделей оцінки кредитоспроможності позичальників. Проблемою оцінювання банківського та кредитного ризику займалися такі вчені як В.В. Вітлінський, А.В. Матвійчук, Н.В. Шаповал. Основи нечіткої логіки викладені в роботах Л. Заде.

Першим кроком при зверненні за кредитом для потенційного позичальника є заповнення анкети. Інформація з анкети може бути неточною, неповною, а дані про позичальника можуть бути такими, що важко формалізуються. Для врахування цих факторів доцільно використовувати нечітку логіку, де процес прийняття рішень базується на зрозумілій базі правил [1]. У даній роботі розглядається така інформація про позичальника (лінгвістичні змінні) як вік позичальника, рівень його доходу, майновий стан та кредитна історія. Після аналізу даних, що вказано в анкеті, банк оцінює кредитоспроможність позичальника та на базі отриманої оцінки формує рішення про видачу кредиту. Кількісні та якісні характеристики позичальника, що відображені в анкеті, представлено у вигляді:

$$y = f(x_1, x_2, x_3, x_4), \quad (1)$$

де y – рішення банку щодо видачі кредиту; x_1 – вік; x_2 – дохід; x_3 – майновий стан; x_4 – кредитна історія. Кожна лінгвістична змінна описується відповідними термами (табл. 1).

Розроблено нечітку модель засобами нечіткої логіки згідно алгоритму Сугено (НМ-1). Визначено найбільш важливі чинники (кількісні та якісні), що характеризують потенційного позичальника, функції належності (дзвоноподібні), розроблено базу нечітких правил. Максимальна можлива кількість нечітких правил відповідає кількості всіх можливих комбінацій термів лінгвістичних змінних – 108. При побудові нечіткої бази знань і відповідно нечітких правил використовувалися знання експертів.

Основні критерії були такими:

- «молодий» вік вважається ознакою ненадійності позичальника, особливо за наявності «низького» рівня доходу. Досягти позитивного рішення «з жорсткими умовами» можна лише позичальникам з рівнем

доходу не нижче «середнього» та наявності «позитивної» або «відсутньої» кредитної історії;

- «середній» вік позичальника позитивно оцінюється банком, тут дозволено мати не «низький» рівень доходу, «позитивну» або «відсутню» кредитну історію тощо;

- рівень кредитного ризику дещо збільшується, коли у кредитній історії присутня невизначеність (раніше фізична особа не брала кредит) та значно збільшується у випадках «пенсійного» віку та «середнього» рівня доходів.

Таблиця 1

Терми лінгвістичних змінних

Змінна	у – рішення банку щодо видачі кредиту		x_1 – вік	x_2 – дохід	x_3 – майновий стан	x_4 – кредитна історія
Терми	1	Відмова в кредитуванні	Молодий	Низький	Немає майна	Негативна
	2	Видача з жорсткими умовами	Середній	Середній	Цільовий кредит	Відсутня
	3	Надати	Старший	Високий	Власник	Позитивна
			Пенсійний			

Після виключення надлишкових правил та узагальнення кількості правил було скорочено до 28.

Налаштування запропонованої нечіткої моделі, що побудовано на основі алгоритму Сугено, було виконано на базі вибірки умовних звернень за кредитом та відповідних рішень щодо видачі кредитів експертами одного з вітчизняних банків засобами нейро-нечіткого моделювання. У запропонованій моделі алгоритмом передбачається формування бази правил системи нечіткого виводу у вигляді впорядкованого погодженого списку нечітких продукційних правил у вигляді

«IF A AND B THEN w»,

де антецеденти ядр правил нечіткої продукції побудовані з двох простих нечітких висловлювань A, B за допомогою логічних зв'язок «I», w – чітке значення вихідної змінної, визначене в нечіткому правилі, як дійсне число (1, 2 або 3). У випадку розв'язування задачі визначення кредитоспроможності отримане за такою процедурою число характеризує рішення, що прийняте банком стосовно видачі кредиту на основі кредитного рейтингу потенційного клієнта.

Для налаштування моделі використано можливості середовища Matlab-2019b та генетичний алгоритм [2]. На базі вибірки про кредитні заявки та прийняті рішення (70 записів) виконано підвищення адекватності запропонованої моделі через налаштування спочатку тільки нечітких правил

(НМ-2), а потім одночасне налаштування правил та параметрів функцій належності (НМ-4).

У процесі налаштування правил було апробовано 4 комбінації, що пов'язані з дозволом (заборонаю) використання логіки NOT і допуском (заборонаю) відсутності вхідних/вихідних змінних. Максимальну кількість генерацій генетичного алгоритму було встановлено послідовно 5, 7, 9 та 11 для кожної з чотирьох комбінацій дозволів. Після налаштування адекватність моделі до навчальних даних значно підвищилась (табл. 2).

Таблиця 2

Результати налаштування нечіткої моделі

	EP	НМ-1	НМ-2	НМ-4
Співпадає з експертним рішенням (EP):		45	52	55
Кількість рішень «Відмовити» (NO)	16	23	18	18
Кількість рішень «Видача з жорсткими умовами» (MB)	34	12	24	35
Кількість рішень «Видати кредит» (YES)	20	35	28	17

Найбільш наближеною до експертних даних є модель НМ-4 (79% співпадінь з експертними даними). У той же час ця модель не є такою «поблажливою» щодо рішення про видачу кредиту, як розроблена НМ-1 (кількість рішень НМ-4 про надання кредиту зменшилась з 35 до 17). Зміну поверхні відгуку функції y (Рішення) на комбінацію вхідних змінних x_1 (Вік) та x_2 (Дохід) до та після налаштування представлено на рис. 1–2.

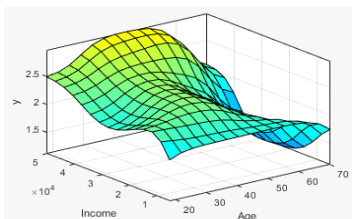


Рис. 1. Поверхня відгуку (НМ-1)

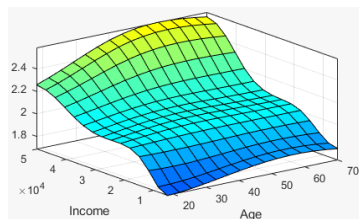


Рис. 2. Поверхня відгуку (НМ-4)

У результаті проведеного дослідження розроблено модель прийняття рішень у фінансовій сфері щодо визначення кредитоспроможності фізичних осіб-позичальників комерційних банків, запропоновано шляхи вдосконалення моделі, що дає змогу налаштовувати модель відповідно до наявних вимог у банківському секторі.

1. Паночишин Ю. М., Козачко О. М., Паночишина І. Є. Нечітка модель оцінки кредитоспроможності фізичних осіб-позичальників комерційних банків. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 1, Т. 2. С. 161–168.
2. mathworks.com : вебсайт. URL: <https://www.mathworks.com/help/fuzzy>. (дата звернення: 15.03.2021).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ, РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ Й ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Laskowski Jakub, Kister Klaudia (studenci, Studenckie Koło Naukowe przy Klinice Hematologii, Onkologii i Transplantologii Dziecięcej Uniwersytetu Medycznego w Lublinie). **Kister Agnieszka**, dr hab., profesor (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, UMCS), **Nurzyńska-Flak Joanna**, dr n.med. (Uniwersytet Medyczny w Lublinie)

HOSPITAL MANAGEMENT IN CONDITIONS OF COVID-19 PANDEMIC - SELECTED ASPECTS

Introduction. The growing epidemic of COVID-19 is a challenge for health services worldwide and is causing more and more problems every day. There is a huge demand for the provision of adequate numbers of medical personnel, equipment and appropriate material medical resources. Every effort must be made to ensure the safety of both health care workers and patients. Since the beginning of the pandemic, hospitals around the world have tried their best to ensure the proper functioning of all organizational units, from properly trained staff to the availability of supplies needed to treat and prevent further COVID-19 infections. It is virtually impossible to prepare for an unpredictable pandemic, which is a difficult task for any health care system in the world, especially in countries with limited equipment and specialists. The purpose of this paper is to show selected aspects of actions taken in hospitals to improve hospital operations under COVID-19 pandemic conditions.

Necessary management actions in hospitals. All hospitals must take care to educate staff, build on the experiences of others to effectively implement preventive strategies to mitigate the effects of a global epidemic caused by specific pathogens, such as SARS-CoV-2. Those responsible for managing hospitals must face problems arising from the increased demand for medical services. Constraints that hinder the smooth operation of hospitals under COVID-19 pandemic conditions include: lack of available beds for the high number of patients requiring hospitalization, lack of advanced medical equipment such as ventilators, and lack of qualified medical staff. Other aspects may include shortages of personal protective equipment, namely suits and masks [1]. With the next wave of the pandemic, and the associated increase in patients with severe COVID-19, there is a need for hospitals to act quickly to add more beds to intensive care units, or even convert existing units for other diseases into infectious areas. In this area, problems often arose in terms of ventilation system requirements, oxygen system capacity. Hospitals also face staffing shortages [1]. The increase in the number of patients with COVID-19 results in limitations of services in other areas of medicine, due to the reduction of places, cost reduction and the need to isolate infected patients.

A practical example of hospital reorganization. The World Health Organization has issued recommendations to combat the pandemic [3; 4]. Based on these recommendations, Akdur O. makes proposals to restructure hospitals to adapt these facilities to the increased demand for medical services during a

pandemic [1]. Countries face a shortage of beds for patients infected with COVID-19, but also for those with other ailments. One of the solutions to this problem is to create coordination centers for the movement of covid patients, where decisions will be made on the further therapeutic management of patients with current SARS-CoV-2 infection. This solution aims to relieve hospitals of the burden of treating patients who test positive for SARS-CoV-2. Another aspect is to provide training and access to information to all medical staff on the appropriate protection against infection and management in infectious wards. The author emphasizes the importance of the knowledge of infectious disease experts and it is to them that the responsibility for the management of patients with COVID is directed. Another important aspect in terms of effective pandemic control is good communication between the various coordinators and hospital directors. Proper segregation of patients, with isolation of those COVID-19 patients, is essential for the smooth functioning of hospitals.

Xiao et al. in their paper presented an effective system for segregating patients with suspected coronavirus infection [1]. They point out the need for thorough initial screening of patients upon admission to the hospital. The authors describe screening patients by experienced infectious disease physicians. In the next step, analyzing the clinical characteristics and epidemiological history, the patient is referred to the fever clinic. At this stage, patients are divided according to the etiology of the fever - COVID-19-related or not. In addition, specialist teams have been established in hospitals to perform imaging screening on patients suspected of COVID-19 infection. All of these measures have had the desired effect.

Conclusions and summary. For effective hospital management, unit managers should make decisions in agreement with the guidelines of the Ministry of Health. The experience of managers in other countries that are successfully tackling the COVID-19 pandemic should also be taken into account. The knowledge of those staff members who are in contact with patients under these specific conditions should also be considered. Close collaboration of multidisciplinary teams is key to achieving effective hospital performance because of the exchange of diverse experiences and skills.

1. Akdur O., COVID-19 pandemic hospital management experience in Turkey. *Gac Med Mex.* 156 (5). 473–474. 2. Eurosurveillance Editorial Team. Note from the editors: World Health Organization declares novel coronavirus (2019-nCoV) sixth public health emergency of international concern. Eurosurveillance : вебсайт. URL: <https://www.eurosurveillance.org/content/10.2807/1560-7917.ES.2020.25.5.200131e> (дата звернення: 11.03.2021). 3. Kister A. Koszty niezgodności w doskonaleniu jakości zarządzania szpitalem publicznym. Lublin : UMCS, Lublin. 2018. 291 s. 4. Pericàs J. M. And oth. Hospital Clinic 4H Team (Hospital at Home-Health Hotel). Hospital at home for the management of COVID-19: preliminary experience with 63 patients. *Infection.* 2021. Apr 49 (2). P. 327–332. 5. Shen Y. and oth. Emergency Responses to Covid-19 Outbreak: Experiences and Lessons from a General Hospital in Nanjing, China. *Cardiovasc Intervent Radiol.* 2020. Jun. 43 (6). P. 810–819. 6. WHO characterizes COVID-19 as a pandemic. World Health Organization : вебсайт. URL: https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=1926&lang=en (дата звернення: 11.03.2021). 37. Xiao Y., Tan C., Duan J., Wu A., Li C. An effective model for the outpatient management of COVID-19. *Infect Control Hosp Epidemiol.* 2020. Aug. 41 (8). 986 p.

Антонюк В. В., студент, **Коробова Н. В.**, студентка, **Собчук А. М.**, студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КОНЦЕПЦІЯ РЕФОРМУВАННЯ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В ПЕРІОД ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Прогресивний розвиток сучасного суспільства відбувається під впливом сучасних і надзвичайно важливих факторів та тенденцій. Реформування системи публічного адміністрування відбувається досить інноваційним шляхом. Саме такий розвиток суспільства повинен відображати теоретичні засади про загальносуспільні зміни з врахуванням сучасних завдань реалізації нової політики державного адміністрування.

Державне адміністрування розвивається за такими складовими: це галузь науки, галузь вищої освіти і вид практичної соціально-економічної діяльності. Зазначені 3 складові системи державного управління є надзвичайно важливими властивостями. При цьому провідна роль у системі державного адміністрування повинна відводитись саме науковій галузі державного адміністрування, де має бути реалізована генерація державно-адміністративних знань, їх впровадження як у практику державного адміністрування так і в місцеве самоврядування.

Бажання українського суспільства до інноваційних перетворень на мотивах європейських цінностей зумовлює потребу в своєчасному та миттєвому осучасненні ефективності стратегічних пріоритетах реформування системи публічного адміністрування. Саме це й спонукає до детальнішого опрацювання теоретико-методологічних засад парадигми інноваційного розвитку суспільства [1].

Сучасні науковців розмежовують усі фактори впливу на інноваційну діяльність на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів відносять стан макросередовища – економічну та політичну ситуацію в країні, державне регулювання інноваційної діяльності, соціально-економічний та інтелектуальний потенціали регіону. Внутрішніми факторами є стан ресурсного та інтелектуального потенціалів, науково-технічне та матеріальне забезпечення інноваційної діяльності.

В умовах сьогодення варто було б доповнити цю парадигму базовими концепціями державного та соціального адміністрування, принципи яких здійснюються з використанням комплексного механізму нововведень. Цей механізм спрямований на успішне оновлення ефективності стратегічних пріоритетів реформування системи через впровадження та поширення нововведень у межах здійснення реформ.

Розвиток теорії та практики публічного адміністрування ґрунтується на еволюції сукупності теорій соціального адміністрування, з-поміж яких основними стали концепції:

– адміністративного менеджменту, яка визначає п'ять загальнообов'язкових функцій управління організацією та чотирнадцять загальних принципів управління;

– “людських відносин”, яка продуктивність праці розглядає більш залежною не тільки від розміру оплати праці, а і від упровадження нормальних людських відносин “керівник та підлеглий” [2].

Актуальною для країн Заходу є концепція “Governance” та різні її різновиди: “Good Governance”; “Responsive Governance” та “Democratic Governance”. Саме ця концепція розвиває попередню та ґрунтується на: більшій увазі держави до інтересів громадянського суспільства; розширенні участі його суб'єктів у державному адмініструванні громадян, відкритості влади щодо громадського контролю. Однак головною метою реалізації принципів концепції “Governance” є: децентралізація системи державного адміністрування; взаємодія з суспільством щодо надання послуг із залученням недержавних ресурсів; участь громадян у процесі формування політики і її реалізації. І саме ця стратегія визнана однією з найоптимальніших до впровадження в Україні, принципи якої вже частково поширені у практичній діяльності проектів в стратегічних пріоритетах реформування [3].

Підсумовуючи викладене вище, може дійти висновку, що реформування системи публічного адміністрування відбувається досить інноваційним шляхом. Розвиток теорії та практики публічного адміністрування ґрунтується на сукупності різних теорій. Принципи цих теорій значною мірою вплинули на розвиток концепцій державного адміністрування, з-поміж яких сучасними є різновиди концепцій “Governance”. Саме їх принципи покладено в сучасну основу адміністративних реформ різних країн світу. І саме тому, сучасна політика державного управління зосереджена на децентралізації та реформуванні публічного адміністрування, місцевого самоврядування та регіональної політики.

1. Бакуменко В. Д. Державно-управлінські рішення : уавчальний посібник. Київ : ВПЦ АМУ, 2012. 344 с.
2. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. № 385. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-п> (дата звернення: 18.03.2021).
3. Попов С. А. Суспільство: історична змінність та інновації. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць. Вип. 4 (40). Одеса, 2009. С. 77–82.

Биркович Т. І., д.держ.упр., професор (Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ), **Биркович В. І.** к.держ.упр., професор (Ужанський національний природний парк, смт. Великий Березний)

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКІВ

Цифровізація національних природних парків регулюється на рівні держави та є пріоритетною для формування системи їх розвитку.

Варто відзначити, що важливим у ефективному управлінні національних природних парків відіграє роль збереження екологічного потенціалу та екологічної рівноваги, що можливо досягти за рахунок впровадження інноваційних інформаційних технологій, які б дозволили здійснювати аналіз взаємозв'язків навколишнього природного середовища і людської діяльності.

У контексті цифровізації національних природних парків, відповідно пп. 6, 7 ст. 4 Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності» є стан реалізації стратегічних пріоритетних напрямів, а саме : широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки [2].

На наш погляд, держава має бути зацікавлена у створенні умов цифровізації національних природних парків оскільки розбудова інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури на даних територіях надасть можливість створювати нові важливі послуги, що в цілому все це позитивно впливатиме на валовий національний продукт України та збільшить дохідну частину бюджету НПП, дозволить створювати якісний сучасний продукт та знизить рівень безробіття в регіонах.

Найефективніший шлях прискорення цифровізації НПП полягає в запровадженні вже існуючих апробованих технологій. Цифровізація НПП є визнаним механізмом екологічного, наукового та економічного зростання, дозволить покращити інфраструктуру, забезпечить простий і контрольований online доступ, забезпечить системний позитивний вплив на ефективність, результативність, вартість та якість екологічної, наукової, економічної, громадської та індивідуальної діяльності, які модифікують межу розподілу творчої та нетворчої праці.

Основною метою цифровізації національних природних парків є оптимізація управлінських процесів та умов праці що дозволяє легко перевіряти, контролювати, індексувати, та зберігати дані. Все це дозволит зробити цифровізацію більш значущою та корисною для НПП, а отже, і більш цінною.

Для покращення політики цифрового розвитку на законодавчому рівні Постановою Кабінету Міністрів України від 8 липня 2020 р. № 595 була утворена *Міжгалузева рада з питань цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації*, завданням якої є сприяння впровадженню органами виконавчої влади принципів державної політики цифрового розвитку відповідно до засад реалізації органами виконавчої влади принципів державної політики цифрового розвитку, затверджених

постановою Кабінету Міністрів України від 30 січня 2019 року № 56 «Деякі питання цифрового розвитку» [3].

Варто зазначити, Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України за підтримки Google Україна вже оцифрували атракції національних природних парків України. Завдяки якісним оцифровкам нацпарків компанією Google Україна, мільйони користувачів Google Карт зможуть переглядати локації та будувати маршрути для своїх майбутніх подорожей. Також проєкт має на меті стимулювання віртуального туризму для маломобільних верств населення [1].

Робочі місця працівників НПП є мобільними та не потребують постійної (фізичної) присутності працівника в офісі, оскільки основні завдання та функції він виконує безпосередньо на певних об'єктах території НПП. Важливо зазначити, що відсутність у більшості працівників національних природних парків необхідних цифрових компетенцій не дозволяють на належному рівні забезпечувати впровадження цифрових технологій та потребує системного вирішення на державному, регіональному та місцевому рівнях питання щодо підвищення в них належних цифрових компетенцій та підготовки висококваліфікованих фахівців.

Саме взаємозв'язок й баланс економічних, соціальних, екологічних, інституційних та інформаційно-технологічних компонентів з метою максимізації добробуту людини без ускладнення можливостей для майбутніх поколінь задовольняти свої потреби визначається сучасними науковцями як «сталий розвиток» [2].

Таким чином, вплив цифровізації на розвиток національних природних парків можливо завдяки вдалому поєднанню та використанню Інтернет-комунікацій, відкритим інноваціям, дотриманню принципів відкритого доступу та побудові цифрового суспільства

Цифровізація НПП це процес, безумовно, тривалий і несе в собі масу невідомих ще викликів, повинен розроблятися із урахуванням потреб розвитку даних територій взагалі і, окремо взятої території, також повинні враховуватися потреби працівників НПП тощо. Відповідно, все це сприятиме реалізації державної стратегії розвитку НПП та забезпечить добробут, комфорт і якість надання послуг на даних територіях.

1. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України за підтримки Google Україна оцифрували атракції НПП «Гуцульщина». НПП «Гуцульщина»: вебсайт. URL: <https://nnph.if.ua/2020/11/06/7767> (дата звернення: 15.03.2021). 2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності : Закон України від 8.09.2011 року № 3715-VI. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2012. № 19–20. С. 166. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text> (дата звернення: 15.03.2021). 3. Про утворення Міжгалузевої ради з питань цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації : Постанова Кабінету Міністрів України від 8 липня 2020 р. № 595. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 15.03.2021). 4. Стратегія інформаційного забезпечення управління еколого-економічною безпекою України в умовах військово-політичної нестабільності : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. А. Ю. Якимчук. Рівне : НУВГП, 2020. 154 с.

Бондар А. В., студентка

Науковий керівник: Тихончук Л. Х., д.н.держ.упр., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м.Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ ВИРІШЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТІВ МИРНИМ ШЛЯХОМ

На сучасному етапі розвитку суспільства, у зв'язку з розвитком глобалізаційних процесів, відносини між державами набули системного характеру, багатоманітності, демократичності. При цьому між державами та іншими суб'єктами міжнародного права продовжують виникати спори й конфлікти та існує необхідність в певних засобах їх розв'язання. Чинне міжнародне право передбачає лише мирні засоби врегулювання міжнародних спорів. При врегулюванні спорів за допомогою сили можна говорити або про випадки правомірного застосування сили (наприклад, відповідь на порушення міжнародно-правових зобов'язань) або неправомірного, тобто вчинення правопорушення. У чинному конституційному міжнародному праві визначення поняття «мирний засіб вирішення міжнародного спору» здійснюється шляхом наведення переліку конкретних мирних засобів або ж зазначається, що це засоби, які виключають застосування примусу в будь-якій формі [1, с. 282].

Міжнародне право надає державам-учасникам спору вільно обирати засоби його вирішення, тобто не зобов'язує держави звертатися до якогось конкретного засобу. Цей принцип закріплено в Статуті ООН та Манільській декларації про мирне вирішення міжнародних спорів 1982 року. Зокрема, відповідно до ч. 1 ст. 33 Статуту ООН сторони, що беруть участь у будь-якому конфлікті, продовження якого могло б загрожувати підтримці міжнародного миру й безпеки, повинні насамперед намагатися вирішити конфлікт шляхом переговорів, обстеження, посередництва, примирення, арбітражу, судового розгляду, звертання до регіональних органів або угод чи інших мирних засобів на власний вибір [2].

Міжнародний арбітраж є одним з найдавніших правових засобів мирного вирішення міжнародних спорів, і є органом, який створюється на основі угоди сторін для розв'язання спорів між державами, рішення якого мають для них обов'язкову силу. На відміну від таких способів врегулювання міжнародних спорів, як переговори, примирення, посередництво, міжнародний арбітраж має перевагу, оскільки він не просто встановлює фактичні обставини за суттю спору і розробляє рекомендації з його врегулювання, а й виносить остаточне та обов'язкове для сторін рішення. У міжнародному праві існують дві форми міжнародного арбітражу:

– арбітраж, створення якого передбачається у міжнародних договорах для вирішення спорів, які виникають при їх виконанні (постійний арбітраж);

– арбітраж, який створюється для вирішення конкретного спору – арбітраж *ad hoc*, який після виконання своїх функцій припиняє існування [3, с. 6–7].

На мою думку, міжнародний арбітраж, будучи стародавнім інститутом міжнародного права, цілком зберігає своє значення і тепер. Правовий аналіз практики декількох десятиліть діяльності міжнародних арбітражів переконливо підтверджує, що вони є ефективним засобом врегулювання міжнародних спорів, які виникають між державами та фізичними чи юридичними особами. Вважається за доцільне розробку нового багатостороннього міжнародно-правового документа, що компенсує існуючі недоліки в арбітражній теорії і практиці. Необхідність прийняття подібного договору про мирне вирішення міжнародних спорів неодноразово підкреслювалася вченими юристами-міжнародниками та державними управліннями.

Підтвердженням того, що дипломатичні засоби поступаються арбітражу є ситуація між Словенією та Хорватією, які не можуть поділити лінію морського кордону у Піранській затоці. 4 листопада 2009 року між Словенією і Хорватією була підписана угода, що дозволяє саме міжнародному арбітражу розв'язати територіальний спір між сторонами. А 23 березня 2010 року Конституційний суд Словенії виніс рішення, яким нівелювало останню перепону для звернення до міжнародного арбітражу, і визнав законною Угоду від 4 листопада 2009 року [4]. Цей приклад яскраво свідчить про безсумнівну перспективність міжнародного арбітражу як мирного засобу вирішення конфліктів і спорів як територіальних, так і будь-яких інших, у всіх сферах міжнародного співробітництва.

Отже, зважаючи на сучасні проблеми та тенденції світового правопорядку, розповсюдження засобів масового знищення, гонки озброєнь тощо, керуючись принципом мирного вирішення міжнародних спорів, слід спонукати суб'єктів міжнародного права використовувати мирні засоби для розв'язання міжнародних конфліктів заради підтримання миру, правопорядку та дотримання прав і свобод людини і громадянина у світі.

1. Міжнародне право : навч. посіб. / за ред. М. В. Буроменського. Київ : Юрінком Інтер, 2005. 336 с. 2. Статут ООН від 26.06.1945 за редакцією станом на 16.09.2005. ВРУ : вебсайт. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_010/print1487543932096990 (дата звернення: 25.03.2021). 3. Мамон З. Міжнародний арбітраж як засіб мирного вирішення міжнародних спорів. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2010. № 3. С. 3–9. URL: http://www.ndiiv.org.ua/Files2/2010_3/mamon.pdf (дата звернення: 25.03.2021). 4. kazan.kp.ru : вебсайт. URL: <https://www.kazan.kp.ru/online/news/637678> (дата звернення: 25.03.2021).

Денека І. К., студентка

Науковий керівник: Якимчук А. Ю., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

НОВИЙ ПУБЛІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

В умовах сьогодення при комплексній модернізації українського суспільства, яке є намаганням держави здійснювати якісні перетворення в усіх сферах суспільного життя вкрай необхідним постає питання пошуку нового стимулу щодо інтенсивності процесу розвитку держави. Вирішення ключових завдань, які стоять перед Україною, зокрема закріплення позитивної економічної динаміки, підвищення й збереження темпів зростання, досягнення соціальної гармонії потребує істотного прискорення та поглиблення процесу оновлення цілісної системи управління. Усе це обумовлює надзвичайну актуальність питання щодо формування нової національної парадигми державного управління, яка має передбачати нове бачення відносин у системі «влада–громадськість» і бути адекватною національним й світовим тенденціям. Саме такою системою виступає новий публічний менеджмент, механізми впровадження якого відіграли важливу роль під час проведення реформ у багатьох промислово розвинутих країнах.

Багато зацікавлених сторін, такі як засоби масової інформації, громадськість й приватні корпорації, ставлять під сумнів роль держави внаслідок її неефективної діяльності в різних сферах. Обмеженість ресурсів у публічної влади в умовах чисельного зростання попиту на публічні послуги, активно прогресуючі зміни в економічній, соціальній і політичних сферах активізували зміну публічного управління із сучасної «традиційної» моделі на іншу, більш демократичну й ефективну, головний атрибут якої – менеджеріалізм. Тому вона й була визначена як «новий публічний менеджмент» (New Public Management).

Сутність нового публічного менеджменту полягає в адаптації успішних менеджерських технологій задля цілей управління в суспільному та державному секторі, серед атрибутів якого – раціоналізм, продуктивність, орієнтація на клієнтів, орієнтація на цілі, рентабельність, інновативність, командні технології. За змістом – це сукупність тактик і стратегій, націлених на поліпшення публічної ефективності при мінімальних витратах.

При новому публічному менеджменті змінюється роль населення, яке перестає бути об'єктом впливу, а стає клієнтом, якому надаються послуги. Адміністрація набуває статусу підприємства з виробництва послуг, а послуга стає продуктом. Адміністрування перестає бути ключовим аспектом діяльності держави, замість нього ваги набуває керівництво процесами організації взаємодії між державою та суспільством у задоволенні публічних інтересів.

Концепція нового публічного менеджменту є доволі неоднозначною з огляду на відносну сумісність з традиційними формами відповідальності професійних державних службовців, що за визначенням покликані реалізовувати публічні цілі, сформульовані обраними представниками влади. Саме потреба забезпечення не лише економічної ефективності, але й справедливості у діяльності держави, відкритості та професіоналізму державної служби зумовлює подальше розгортання нового публічного менеджменту [1–4].

Серед багаточисленних підходів до процесу організації державного управління новий публічний менеджмент відіграв особливу роль у зв'язку з досить високим ступенем орієнтації цієї моделі на ефективність та результативність процесу управління. Нова модель державного управління стала результатом тривалого періоду пошуків її ефективності, коли найбільші держави зіштовхнулися з нестачею ресурсів для здійснення глобальних завдань. Основні риси нової моделі державного управління були запозичені з недержавного сектору економіки.

Отже, новий публічний менеджмент – це модель державного управління, в основі якої лежить запозичення методів корпоративного управління, які застосовують в бізнесі та некомерційних організаціях. Ця нова модель управління орієнтована на підвищення гнучкості прийняття рішень у державному апараті, зменшення його ієрархічності, делегування повноважень на нижчий рівень та посилення механізмів зворотного зв'язку між державою та громадянами.

1. Hughes O. E. *Public Management and Administration. An Introduction*, 3-d edition. *Houndmills etc. Ch. 3 «Public Management»*. 2003. P. 44–47. 2. Hood C. A. *Public Management for all Seasons? Public Administration*. 1991. № 1. P. 3–49. 3. Питерс Т. В поисках эффективного управления. Москва : Прогресс, 1986. 424 с. 4. NPM – новая модель управления обществом, основные идеи и положения. Стенограмма лекции, прочитанной в школе-семинаре “Местное самоуправление на российском Дальнем Востоке” 8 октября 2002 года. ДВНЦМС : вебсайт. URL: <http://www.dvncms.khv.ru/node/283> (дата звернення: 22.03.2021).

Денека І. К., студентка

Науковий керівник: Тихончук Л. Х., д.н.д.у., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД У СФЕРІ РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Європейський досвід державного управління є надзвичайно актуальним для нашої держави з огляду на європейський вибір України та сучасний стан розвитку її системи державного управління.

Європейська інтеграція є складним і комплексним процесом, що зачіпає майже всі сфери суспільного життя та галузі національної економіки. Для України євроінтеграція передусім пов'язана із внутрішніми реформами: адаптацією законодавства України до законодавства ЄС, впровадженням у життя європейських цінностей, реформуванням інституцій, переходом до європейських стандартів, норм і процедур.

Розвиток та процвітання демократичної держави в повній мірі залежить, насамперед, від ефективності моделі місцевого самоврядування та розвитку державної служби. Саме це обумовлює пошук оптимальної моделі місцевого самоврядування, яка повинна бути спрямована на підвищення її здатності відповідати на щоденні потреби населення й організовувати соціально-економічний розвиток відповідних територій. Тому одним із основних завдань проведення реформ в цій сфері є удосконалення управлінської системи на місцевому значенні.

Світовий досвід доводить, що динамічний розвиток територій та країн в цілому неможливо забезпечити на сталому рівні без децентралізації державного управління, без спроможного місцевого самоврядування.

Розвиток кожної з європейських держав обумовлений специфічними політичними, економічними, соціальними та іншими умовами, що залежать від сформованих внутрішніх відносин, врегульованих на конституційному та законодавчому рівні. На практиці процеси децентралізації тісно пов'язані з проведенням адміністративно-територіальних реформ, що приводить до серйозних змін в територіальній організації публічної влади. У результаті таких трансформацій в країнах ЄС відбувся перерозподіл повноважень і відповідальності між різними рівнями влади. Причому цей процес охопив як традиційно централізовані держави, так і країни, що історично сповідують децентралізм.

Метою розвитку державної служби України в контексті розбудови її як служби європейського зразка є забезпечення в інтересах громадян результативної та ефективної діяльності органів державної влади відповідно до їх завдань, повноважень і компетенцій на конституційних засадах.

Пріоритетами у реформуванні системи державної служби постають: урегулювання правового реформування системи оплати праці державних службовців; установлення чіткого законодавчого регулювання

адміністративних процедур професійної етики державних службовців; створення ефективної системи управління державною службою; належне інституційне забезпечення процесу європейської інтеграції з боку державної служби. статусу державної служби [1–3].

Отож, як показує світовий досвід сьогодні, на тлі процесів все більшого розвитку демократії, руху до громадянського суспільства, перед владою на будь-якому рівні управління стоїть нагальне завдання – об'єктивно розглядати плідність її взаємодії з народом, заради якого і має здійснюватися влада. У іншому випадку влада, як і будь-яка система, яка є стійкою лише за умов збереження здатності адаптуватися до умов, які постійно змінюються, покаже свою повну нездатність служити інтересам людей, надавати їм якісні послуги. Неминучі й динамічні зміни потреб, уподобань, запитів на якість послуг людей, стають сигналом до зміни в роботі системи місцевої влади та її стилю.

Тому головне призначення місцевого самоврядування є створення та підтримка сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, надання мешканцям територіальних громад якісних і доступних адміністративних та соціальних послуг на основі сталого розвитку дієздатної громади.

1. Оржель О. Ю. Європейський досвід державного управління : курс лекцій / за заг. ред. О. Ю. Оболенського. Київ : НАДУ, 2007. 76 с. **2.** Новітні стратегії реформування державної служби в умовах європейської інтеграції / за заг. ред. проф. Ю. В. Ковбасюк і В. Л. Федоренка : матеріали круглого столу за міжнародною участю. Київ : Ліра-К, 2014. 162 с. **3.** Управління стратегічним розвитком об'єднаних територіальних громад: інноваційні підходи та інструменти : монографія / за заг. та наук. ред. С. М. Серьогіна, Ю. П. Шарова. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2016. 276 с.

Дробко Е. В., к.держ.упр., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне). **Гуслістий І. М.**, Начальник відділу «Центр надання адміністративних послуг» Клеванської територіальної громади

МОЖЛИВІСТЬ ФІНАНСОВОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ ЦЕНТРІВ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ ЧЕРЕЗ ВРЕГУЛЮВАННЯ ПЛАТИ ЗА НАДАНІ АДМІНІСТРАТИВНІ ПОСЛУГИ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ

Надання адміністративних послуг є обов'язком держави і не може розглядатися як господарська діяльність, спрямована на отримання прибутку [1]. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування вже фінансуються з місцевих податків та зборів.

ЦНАП – це обличчя громади, і, в принципі, він не має заробляти на людях. Проте, за надання адміністративних послуг береться плата – адміністративний збір. Потрібно також зазначити, що ЦНАП інколи на може заробити навіть на утримання одного співробітника. На нашу думку, центри надання адміністративних послуг потрібно перетворити на самоокупні. Для цього потрібно забезпечити прозорі та справедливі платежі за адміністративні послуги. Адже плата за надання адміністративних послуг (адміністративні збори) є недостатньо компенсаційною для держави, суб'єктів надання послуг і ЦНАП, та непрозорою для споживачів послуг.

Проблема стосується усіх органів місцевого самоврядування базового рівня (територіальних громад), усіх споживачів адміністративних послуг, а також держави в цілому. Зокрема, за моніторинговими даними у 2018 році лише через ЦНАП було надано 14 млн. адмінпослуг, у 2019 році – 16,7 млн. При цьому станом на 1 січня 2020 року в Україні функціонувало 797 ЦНАП, з них 363 в органах місцевого самоврядування. Останні надають переважно адмінпослуги у порядку виконання делегованих повноважень. Крім того, у ЦНАП протягом останніх двох років активно інтегруються адмінпослуги сфери соціального захисту, які є і повинні залишатися безоплатними для суб'єктів звернення. При цьому вони додають суттєвого навантаження на ЦНАП зокрема, та ОМС загалом [3].

До прикладу, в рамках моніторингу ЦНАП у 25 громадах – учасницях Початкової фази Програми «U-LEAD з Європою» (де середня кількість мешканців у громаді складає 12,4 тисяч мешканців, а середня кількість персоналу ЦНАП – 7 працівників), середні показники надходжень плати від адміністративних послуг у 2019 році склали: – без врахування ЦНАП, які надають паспортні послуги, – 290 тис. грн на рік; – разом з ЦНАП, які надають паспортні послуги, – 406 тис. грн на рік. При цьому, 8 з 25 громад отримали у 2019 році за адмінпослуги менше 100 тис. грн. на рік; 3 громади отримали надходження в межах від 100 до 200 тисяч грн; і ще 4 громади – від 200 до 300 тисяч. В той же час, потрібно враховувати, що лише

поточний фонд оплати праці на одного працівника складає від 70–100 тисяч гривень. Проблема може ще більше загостритися на тлі нових викликів 2020 року (епідемія ковід-19, карантин), в тому числі їх впливу на стан публічних фінансів [5].

Основною причиною проблеми є відсутність протягом тривалого часу належної уваги держави до економічно обґрунтованого, ефективного та прозорого правового регулювання відносин щодо оплати адміністративних послуг. Численні «платні послуги», у тому числі фактично дублюючі або додаткові платежі за адміністративні послуги, визначені окремою групою актів Кабінету Міністрів України про затвердження так званих «переліків платних послуг». Таких «переліків платних послуг» понад 20, і ними затверджено понад 200 «платних послуг» [2]. При цьому у переліках є послуги, за які законами заборонено стягувати плату. Наприклад, у Переліку платних послуг, які можуть надаватися відділами державної реєстрації актів цивільного стану (затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 22 грудня 2010 р. № 1168, досі чинна) є такі платні послуги як «складення заяв про державну реєстрацію актів цивільного стану», «надання консультацій». Хоча Закон «Про адміністративні послуги» забороняє відносити ці дії до платних супутніх послуг (частина 1 статті 15). Таким чином, через невпорядкованість законодавства іноді кошти зі споживачів можуть стягуватися без належних підстав і в необґрунтованих розмірах. Ухвалений у 2012 році Закон «Про адміністративні послуги» визначив деякі параметри державної політики у цій сфері (у статті 11) [1]. Однак у Законі досі відсутні критерії платності та безоплатності адміністративних послуг (безоплатними визначені лише адмінпослуги соціального забезпечення), критерії визначення розмірів плати за адмінпослуги. Не визначена верхня межа розмірів адміністративного збору тощо.

Також зазначимо, що є приклади непрозорого ціноутворення через різні «пілотні проекти». Зокрема, проект «Шлюб за добу» дозволяє в одному з міст отримувати з громадян за цю адмінпослугу від 6 тисяч до 13 тисяч гривень. При цьому у місцевий бюджет надходить лише 85 копійок державного мита. В окремих законах питання визначення розмірів плати за адмінпослуги ускладнені і непрозорі (наприклад, у Законі України «Про Єдиний державний демографічний реєстр...», вживаються такі конструкції як «вартість адміністративної послуги», «гранична вартість адміністративної послуги»). І згаданий вище Закон використовується для виправдання стягнення за паспортні послуги в ДП «Документ» додаткових коштів зі споживачів. Лише за 2018 рік їх обсяг склав 542 млн грн [4].

Задля можливого вирішення даної проблеми та хоча б наблизитися до можливої фінансової незалежності Центрів надання адміністративних послуг варто виконати наступні кроки: 1) визначити на методологічному рівні критерії платності/безоплатності адміністративних послуг для суб'єктів звернення; 2) визначити (актуалізувати) методологію визначення

собівартості платних адміністративних послуг; 3) у 2021 році переглянути усі базові адміністративні послуги за критерієм платності/безоплатності; 4) до липня 2021 році переглянути розміри плати за усі базові адміністративні послуги, до кінця 2021 року – переглянути розміри плати за усі інші адміністративні послуги – на основі єдиної методології; 5) на нормативному рівні до липня 2021 року – унормувати питання критеріїв платності/безоплатності адміністративних послуг та встановити обґрунтовані розміри плати за базові адміністративні послуги; 6) передбачити механізм участі органів місцевого самоврядування у визначенні розмірів плати за адміністративні послуги, що є власними або делегованими повноваженнями ОМС, або до надання яких ОМС залучені через ЦНАП ОМС; 7) з 2022 року здійснювати моніторинг витрат на організацію надання адміністративних послуг (в тому числі в розрізі окремих груп адмінпослуг та видів послуг) і доходів місцевих та державного бюджетів від цих послуг; 8) передбачити механізм відшкодування державою витрат на надання безоплатних для суб'єктів звернення адміністративних послуг, які належать до делегованих державою повноважень ОМС; 9) ухвалити систематизований Закон України «Про адміністративний збір» з Додатком – Переліком розмірів плати за базові адміністративні послуги (орієнтовно, біля 200 послуг).

Отже, фінансова незалежність Центрів надання адміністративних послуг – це не є нездійсненна мрія, а доволі таки можлива реальність, при виконанні певних завдань, описаних у статті. В першу чергу – через врегулювання суми адміністративних зборів за всі надані у ЦНАП послуги, в тому числі й безоплатні, через відшкодування різного роду дотаціями держави для органів місцевого самоврядування, де, власне, ці послуги і надаються.

1. Про адміністративні послуги : Закон України від 06.09.2012 року № 5203-VI. *Відомості Верховної Ради*. 2013. № 32. С. 409. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення: 31.03.2021). **2.** На шляху до прозорих та обґрунтованих платежів за адміністративні послуги. Децентралізація : вебсайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13018> (дата звернення: 31.03.2021). **3.** Об'єднані громади почали рахувати гроші і шукати свої "фішки". ТСН : вебсайт. URL: <https://tsn.ua/interview/ob-yednani-gromadi-pochali-rahuvati-groschi-i-shukati-svoyi-fishki-1029760.html> (дата звернення: 31.03.2021). **4.** Плата за адміністративні послуги та сталість ЦНАП і якість послуг Децентралізація : вебсайт: <https://decentralization.gov.ua/uploads/attachment/document/694/Proyekt-Kontseptsiiipolityky.pdf> (дата звернення: 31.03.2021). **5.** Новели Закону щодо мережі ЦНАП. tsnap.ulead.org.ua : вебсайт. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/news/novely-zakonu-shhodo-merezhi-tsnap/> (дата звернення: 31.03.2021). **6.** Про адміністративний збір : Проект Закону України від 16.11.2020 № 4380. ВРУ : офіційний веб-портал. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70434 (дата звернення: 31.03.2021).

Дробко Е. В., к.держ.упр., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне), **Харитонова Г. В.**, державний реєстратор відділу державної реєстрації речових прав на нерухоме майно Управління забезпечення надання адміністративних послуг Рівненської міської ради

ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ РЕЧОВИХ ПРАВ НА НЕРУХОМОЕ МАЙНО ЧЕРЕЗ ЦЕНТР НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Ідея сервісної держави полягає в тому, щоб відійти від «управлінської» концепції (де держава розглядається як «влада», що вирішує долі людей) до моделі приязної адміністрації, що орієнтується на потреби людей; від бюрократичного стилю спілкування до клієнто-орієнтованої моделі, де в центрі всього є Громадянин.

За своєю сутністю державна реєстрація прав на нерухомість є комплексним правовим інститутом, який містить норми як цивільного, так і адміністративного права. Норми, що встановлюють обов'язковість державної реєстрації речових прав на нерухомість, правові наслідки реєстрації або її відсутності, належать до цивільного права.

На основі реальних прикладів розкриємо найактуальніші проблеми, з якими стикаються ЦНАПи при введенні нових послуг, усі можливі та найефективніші шляхи їх інтегрування та окремі найкращі практики ЦНАП, які вже наблизилися до статусу «супермаркету послуг» [1, с. 7].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 лютого 2016 р. №124-р припинено надання адміністративних послуг з державної реєстрації речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень органами державної реєстрації, утвореними Міністерством юстиції.

В зв'язку з чим, у лютому 2016 року проведено децентралізацію повноважень у сфері державної реєстрації речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень та передано дані функції управлінню забезпечення надання адміністративних послуг Рівненської міської ради.

Державними реєстраторами відділу здійснюється державна реєстрація речових прав на нерухоме майно та забезпечується обробка, збереження та надання відомостей про зареєстровані речові права на нерухоме майно та їх обтяження, а також, про об'єкти та суб'єкти таких прав.

Відділом державної реєстрації речових прав на нерухоме майно забезпечується прийом, опрацювання та передача на зберігання реєстраційних справ у паперовій формі щодо об'єктів нерухомого майна, які розташовані на території міста Рівного та Рівненської області до відділу формування та зберігання архівних справ Управління забезпечення надання адміністративних послуг Рівненської міської ради.

У відділі державної реєстрації речових прав на нерухоме майно також надаються адміністративні послуги пов'язані із наданням відомостей з Державного земельного кадастру.

Переваги відділу державної реєстрації речових прав на нерухоме майно для інтегрованого надання публічних послуг: 1) територіальна доступність (що включає за потреби наявність територіальних підрозділів, а саме територіальний підрозділ в торговому центрі ЗЛАТА ПЛАЗА); 2) відкрите (некабінетне) приміщення для обслуговування; 3) умови для осіб з інвалідністю та осіб з дітьми; 4) розширені години роботи (у тому числі подовжений робочий день до 20:00 у певні дні тижня та робочий день у суботу); 5) електронне регулювання черги; 6) супутні послуги.

Моніторинг роботи ЦНАП за два роки показує ситуацію, яка також потребує уваги держави. У середньому в місцеві бюджети за 2019 рік надійшло близько 400 тисяч гривень від адміністративних послуг (у ЦНАП з паспортними послугами), а без паспортних послуг – біля 290 тис. грн. При цьому 8 з 25 громад отримали за адміністративні послуги менше 100 тисяч гривень, а ще 3 громади – менше 200 тисяч гривень. Для порівняння річний фонд оплати праці одного працівника ОМС/ЦНАП становить орієнтовно від 70–100 тис. грн.

Контроль у сфері державної реєстрації прав здійснюється Міністерством юстиції України, у тому числі шляхом моніторингу реєстраційних дій у Державному реєстрі прав з метою виявлення порушень порядку державної реєстрації прав державними реєстраторами, уповноваженими особами суб'єктів державної реєстрації прав.

За результатами проведення перевірок державних реєстраторів чи суб'єктів державної реєстрації прав Міністерство юстиції України у разі виявлення порушень порядку державної реєстрації прав державними реєстраторами, уповноваженими особами суб'єктів державної реєстрації прав приймає вмотивоване рішення про: 1) тимчасове блокування доступу державного реєстратора, уповноваженої особи суб'єкта державної реєстрації прав до Державного реєстру прав; 2) анулювання доступу державного реєстратора, уповноваженої особи суб'єкта державної реєстрації прав до Державного реєстру прав; 3) притягнення до адміністративної відповідальності державного реєстратора, уповноваженої особи суб'єкта державної реєстрації прав; 4) направлення до Вищої кваліфікаційної комісії нотаріату при Міністерстві юстиції України подання щодо анулювання свідоцтва про право на зайняття нотаріальною діяльністю; 5) направлення на обов'язкове підвищення кваліфікації державного реєстратора, крім нотаріусів, які здійснюють державну реєстрацію прав відповідно до покладених на них законом обов'язків.

Отже, центри надання адміністративних послуг в об'єднаних територіальних громадах дають змогу покращити та спростити доступ громадян до таких послуг, зробити отримання таких послуг більш зручним для споживачів, що є необхідною передумовою створення сервісної

держави. Також в певні періоди часу проводиться контроль за діяльністю сфери державної реєстрації речових прав на нерухоме майно у вигляді аудитів. Кожного разу під час проведення аудиту перевірялися, зокрема, процеси удосконалення системи якості, управління інформацією, управління ресурсами та надання адміністративних послуг юридичним та фізичним особам. Не був залишений без уваги і рівень задоволеності клієнтів.

Враховуючи вищезазначене, можна з впевненістю сказати, що перспективи розвитку сфери державної реєстрації речових прав через ЦНАП досить високі.

1. Тимошук В., Школьний Є. Механізми та виклики інтеграції базових адмінпослуг до ЦНАП. Київ : Москаленко О.М., 2019. 66 с. URL: <https://www.slideshare.net/CentrePravo/ss-138115331> (дата звернення: 31.03.2021).

Жакун Ю. В., студентка, **Антонова С. Є.**, к.е.н., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

АНАЛІЗ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯМ (НА ПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Необхідність забезпечення охорони довкілля та більш ефективного використання природних ресурсів була задекларована, як пріоритет, у ряді офіційних документів. За останній час розроблена в Україні ціла низка стратегічних документів: Програма діяльності Кабінету Міністрів, «Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», Міністерство економічного розвитку і торгівлі України підготовлено «Шлях до процвітання засади реформування економіки», липень 2015 р., підготовлено зміни до закону України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» [7]. Проте, наголос на соціально-економічні реформи в країні призвів до послаблення екологічної політики та інституцій, дієвості контролю за дотриманням екологічних вимог, сповільнення необхідних змін у законодавстві. Ці фактори обумовили істотне зниження ефективності системи управління в сфері реалізації екологічної політики на державному рівні. Об'єктивний характер просторового поширення природних систем створив територіальну невідповідність між адміністративними одиницями та природними системами як об'єктами управління. Тому виникла потреба у виділенні регіонального рівня управління природоохоронною діяльністю [6].

Наразі у Рівненській області функціонує Департамент екології та природних ресурсів, який є структурним підрозділом ОДА, у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України, наказами Мінприроди, розпорядженнями голови обласної державної адміністрації, іншими нормативно-правовими актами, Положенням про Департамент екології та природних ресурсів Рівненської ОДА. Цей орган забезпечує реалізацію державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення та охорони природних ресурсів, здійснення управління та регулювання у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення та охорони природних ресурсів, забезпечення екологічної та в межах своєї компетенції радіаційної безпеки, інформування населення через засоби масової інформації про стан навколишнього природного середовища на території Рівненської області [1].

Основним чинником забезпечення збереження якості навколишнього природного середовища області є виконання національних, регіональних і місцевих природоохоронних програм, що забезпечує найбільш комплексний

плановий підхід стосовно питань охорони довкілля та оцінює ефективність державного управління, а саме:

- обласна програма охорони навколишнього природного середовища на 2017–2021 роки;

- регіональна програма розвитку природно-заповідного фонду та формування регіональної екологічної мережі Рівненської області.

Для забезпечення екологічного збалансованого розвитку, збереження популяцій видів рослин і тварин в Рівненській області створена та існує мережа природно-заповідного фонду, до якої віднесено 314 територій та об'єктів загальною площею 181,5 тис. га, що складає 9,05% від загальної площі області, в тому числі 27 об'єктів загальнодержавного значення площею 64,9 тис. га та 287 об'єктів місцевого значення площею 116,6 тис. га [1].

За рахунок коштів державного бюджету та обласного і місцевих природоохоронних фондів у 2019 році в області було профінансовано 114 природоохоронних заходів на загальну суму 19,7 млн грн (таблиці).

Таблиця

Кількість профінансованих природоохоронних заходів за рахунок коштів природоохоронних фондів області

Рік	Разом фонди ОНПС всіх рівнів		в тому числі					
			Державний фонд ОНПС/ державний бюджет		Обласний фонд ОНПС		Місцеві фонди ОНПС	
	Профінан. заходів	Вартість робіт, тис. грн.	Профінан. заходів	Вартість робіт, тис. грн.	Профінан. заходів	Вартість робіт, тис. грн.	Профінан. заходів	Вартість робіт, тис. грн.
2017	131	19909,3	2	3584,4	17	7537,3	112	8787,6
2018	127	27053,9	-	-	16	16906,1	111	10147,9
2019	114	19705,9	1	3746,6	9	7399,7	104	8559,6

*Джерело: [1].

Посилення дієвості реалізації екологічної політики країни в значній мірі залежить від системи управління природокористуванням. На основі проведеного аналізу зроблено висновок щодо необхідності впровадження нового підходу державного регулювання в питаннях використання природних ресурсів. Недосконалість економічного механізму природокористування і реалізація природоохоронних заходів, недостатня ефективність наявної системи управління охороною та використанням природних ресурсів зумовлена недоліками нормативно-правової бази й організаційною структурою управління ресурсним потенціалом країни [5].

Для початку варто зазначити, що на даний момент загальний рівень екологічної освіти населення як на рівні рядового громадянина, так і на рівні політичного діяча залишається невисоким, а рівень усвідомлення всієї трагедії людства, що стрімко знищує природні багатства, мізерно малий. Для виходу із цієї кризи, сучасна екологічна освіта повинна бути націлена на майбутнє, спиратися на ідеї коеволюції природи і суспільства, сталого

розвитку біосфери, спрямовуватися на подолання існуючих в суспільстві стереотипів через формування моральної, екологічно освіченої особистості та створення умов для її розвитку, стати фактором соціальної стабільності [3].

Крім того, проведений аналіз світового досвіду показує, що основними тенденціями у розвитку відносин людини і навколишнього середовища в розвинених країнах є використання правового підходу, науково-обгрунтованої взаємодії, формування «екологічної свідомості» населення, суспільного природоохоронного руху, збереження або повернення державної власності на природні ресурси [2].

Таким чином, із впевненістю можна сказати, що за сучасних умов трансформаційних перетворень у суспільстві та активізації процесів екологізації виробництва надзвичайно велика роль належить державно-регулятивному механізму та напрямам його ефективного фінансово-економічного забезпечення. Сучасний механізм організаційно-правового забезпечення сталого природокористування та охорони навколишнього природного середовища повинен базуватися на співробітництві державних органів і громадян із перенесенням тягаря розв'язання екологічних проблем на власника джерела їх виникнення [4]. Саме такий підхід найбільшою мірою відповідає завданням інтегрованого управління в галузі довкілля та спрямований на досягнення цілей екологічної політики з найбільшою ефективністю.

1. Департамент екології та природних ресурсів Рівненської ОДА : вебсайт. URL: <http://www.ecoigivne.gov.ua> (дата звернення: 27.03.2021). 2. Дзядичевич Ю. В. Заходи щодо раціонального використання природних ресурсів. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Том 1. № 1. С. 83–91. 3. Кернична А. Є. Досвід зарубіжних країн щодо вдосконалення механізмів державного управління в екологічній сфері у контексті євроінтеграції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 24. С. 152–156. 4. Матвійчук О. В. Державне регулювання ефективності використання природних ресурсів. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4443> (дата звернення: 27.03.2021). 5. Олефіренко О. В. Основні напрямки забезпечення ефективності державного екологічного управління в Україні. *Ефективність державного управління* : зб. наук. праць. 2014. Вип. 40. С. 41–47. 6. Про Основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки : Постанова Верховної Ради України № 188/98-ВР від 5 березня 1998 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/188/98-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 27.03.2021). 7. Рассадникова С. І. Система управління природокористуванням: процеси удосконалення та теоретичні основи. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 5. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2015/No5/167.pdf> (дата звернення: 27.03.2021).

Кичан А. В., студентка

Науковий керівник: Якимчук А. Ю., д. е. н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВПЛИВ ВІДКРИТИХ ДАНИХ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ НА ПРИКЛАДІ СФЕРИ МІСТОБУДУВАННЯ

Вимірювання впливу відкритих даних є вкрай важливим, оскільки воно оцінює діяльність органів влади й забезпечує механізм для відстеження прогресу в часі. Відкриті дані згідно з визначенням українського законодавства – це «публічна інформація у форматі, що дозволяє її автоматизоване оброблення електронними засобами, вільний та безоплатний доступ до неї, а також її подальше використання». Відкриті дані допомагають контролювати роботу державних органів, покращувати державні сервіси та створювати нові послуги та інструменти. На основі відкритих даних створено десятки продуктів: онлайн-сервісів та аналітичних модулів, застосунків і чат-ботів, якими користуються мільйони людей щомісяця [1].

Існує низка ініціатив щодо кількісної оцінки готовності, впровадження та впливу відкритих даних, які використовують різні методи, включаючи опитування експертів, збір даних та детальну оцінку даних. Наразі є два основних напрями дослідження відкритих даних [2]: кількісні; якісні.

Кількісні підходи (індекси, рейтинги тощо) слугують для вимірювання прогресу політики відкритих даних і порівняння результатів з іншими країнами або встановленими показниками. Це дає змогу об'єктивно оцінювати діяльність держав. Якісні підходи концентруються на дослідженні способів використання даних та впливу політики відкритих даних. Такі дослідження містять кейси про досягнуті ефекти, типології ефектів та фактори, які сприяють успіху проектів у сфері відкритих даних. Обмеженням цих підходів є складність продемонструвати динаміку розвитку в часі [2].

В Україні вперше було проведено серію досліджень за підтримки Міністерства цифрової трансформації про застосування відкритих даних для вирішення суспільних проблем. Одне з таких досліджень було сфокусоване на відкритих даних Державної архітектурно-будівельної інспекції (ДАБІ), яка має у своєму розпорядженні найповнішу базу інформації про нові будівництва в Україні – Реєстр ДАБІ [1].

Реєстр ДАБІ створено відповідно до Наказу Мінрегіонбуду № 92 від 24.06.2011. Наказ визначає мету створення реєстру: окрім обліку документів, реєстр створюється з метою забезпечення «відкритості, доступності інформації щодо документів, відомостей про повернення на доопрацювання, відмову у видачі, скасування та анулювання зазначених документів» [3]. Відповідно до Наказу, доступ користувачів до даних реєстру здійснюється через веб-сайт ДАБІ.

У грудні 2019 року ДАБІ за підтримки Міністерства цифрової трансформації та проекту USAID/UK aid «Прозорість та підзвітність у державному управлінні та послугах/TARAS» опублікувала відповідний набір даних на Єдиному державному порталі відкритих даних [4]. Оприлюднення реєстру у формі відкритих даних стало значущим кроком у підвищенні прозорості й підзвітності ДАБІ.

Аналіз оприлюднених даних ДАБІ допоміг підвищити ефективність планування штату Державної інспекції містобудування.

Згідно із даними дослідження було визначено, що використання даних ДАБІ є найпоширенішим серед громадського сектору та журналістів для боротьби з порушеннями містобудівного законодавства.

У чому ж проявляється позитивний вплив від використання відкритих даних? Перш за все, це боротьба з порушенням містобудівного законодавства. Перевищення дозволеної кількості поверхів і початок будівельних робіт без дозволу є найпоширенішими порушеннями. Згідно з дослідженням компанії Monitor.Estate, 42% новобудов зводять на землях без належного цільового призначення, 27% – без дозволів. Оприлюднені дані Реєстру ДАБІ та продукти на його основі допомагають виявити та боротися з порушеннями будівельного законодавства [1]. Серед них:

- відсутність дозвільних документів на будівництво. Кожен може перевірити в Реєстрі ДАБІ наявність дозволу на будівництво: знайти новобудову за адресою або кадастровим номером земельної ділянки. Якщо дозвіл відсутній, найімовірніше, будівництво є незаконним.

- невідповідність будівництва тому, що описано в дозволі;

- невідповідність дозволу цільовому призначенню земельної ділянки.

Наприклад, якщо дозвіл видано на «житловий комплекс», а ділянка призначена для городництва, такий дозвіл видано з порушенням законодавства.

- легалізація незаконних будівництв постфактум. Поширеною є практика, коли дозвіл отримують не до початку робіт, а безпосередньо після завершення. Відповідно дозвіл на будівництво отримують майже одночасно з дозволом на введення об'єкта в експлуатацію. Дані Реєстру ДАБІ дають змогу аналізувати інтервал між формальним початком робіт та введенням об'єкта в експлуатацію. Як наслідок, можна побачити, що об'єкт побудований в підозріло короткі терміни [1].

Виявлені порушення, як правило, висвітлюються у медіа, сприяючи соціальній мобілізації. Соціальна мобілізація проявляється в протестних акціях критики дій ДАБІ та замовників будівництва, підвищенні обізнаності громадян про проблеми у цій сфері. Окремим проявом є самоорганізація членів громад у групи для захисту своїх прав: вони можуть бути в онлайн-форматі або існувати як громадські організації.

Згадані вище дії суспільства створюють політичний тиск, під впливом якого політики змушені вживати заходів для реформування галузі. Яскравим прикладом є створення електронного кабінету замовника будівництва. Надалі послуги е-кабінету надаватимуть через портал «Дія». Запуск е-кабінету може забезпечити не тільки прозорість у будівництві, а й надання удосконалених державних послуг учасникам ринку.

Відкриті дані реєстру ДАБІ сприяють також боротьбі з корупцією, оскільки оприлюднена інформація про ймовірні правопорушення у будівництві стає підставою для відкриття кримінальних справ.

Отже проведене дослідження щодо впливу відкритих даних Державної архітектурно-будівельної інспекції України свідчить про його позитивний ефект як для суспільства та громадян, так й для галузі державного управління. Відкриті дані дозволяють ефективно боротися із порушеннями законодавства та, як наслідок, із явищем корупції. А також сприяють підвищенню рівня прозорості діяльності органів влади, що веде до зміцнення довіри з боку громадян.

1. Вплив відкритих даних Державної архітектурно-будівельної інспекції України. Аналітичний звіт. TAPAS : вебсайт. URL: <https://tapas.org.ua/wp-content/uploads/2020/09/OD-Research-DABI.pdf> (дата звернення: 21.03.2021).
2. The State of Open Data Histories and Horizons Introduction. State of Open Data : вебсайт. URL: <https://www.stateofopendata.od4d.net/chapters/introduction.html> (дата звернення: 21.03.2021).
3. Порядок ведення єдиного реєстру отриманих повідомлень про початок виконання підготовчих і будівельних робіт, зареєстрованих декларацій про початок виконання підготовчих будівельних робіт, виданих дозволів на виконання будівельних робіт, зареєстрованих декларацій про готовність об'єкта до експлуатації та виданих сертифікатів, відмов у реєстрації таких декларацій та у видачі таких дозволів/сертифікатів : Наказ М-ства регіонального будівництва від 24.06.2011 р. №92. *Офіційний вісник України*. 2011. № 57. С. 2312. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0885-11#Text> (дата звернення: 21.03.2021).
4. Єдиний реєстр документів, що дають право на виконання підготовчих та будівельних робіт і засвідчують прийняття в експлуатацію закінчених будівництвом об'єктів, відомостей про повернення на доопрацювання, відмову у видачі, скасування та анулювання зазначених документів. Єдиний державний веб-портал відкритих даних. URL: <https://data.gov.ua/dataset> (дата звернення: 21.03.2021).

Корбутяк В. І., к.т.н., доцент, **Лесько В. М.**, студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВЗАЄМОДІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА З ОРГАНАМИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Громадянське суспільство в його загальноприйнятому розумінні, виступає як сукупність соціальних утворень, об'єднаних специфічними інтересами, що реалізовані поза сферою діяльності держави і дозволяють, в умовах демократичної системи облаштування суспільного життя, контролювати дії держави [4].

Необхідність розвитку та структурування громадянського суспільства України, стало нагальним та очевидним, для всього світового співтовариства. Саме з цією метою на вимогу іноземних партнерів у 2010 році була видана постанова КМ України № 996 про створення Громадських рад при всіх органах державної влади. Згідно цієї Постанови представники дієвих громадських організацій мали можливість об'єднатись у громадські ради для здійснення контролю за владою [3].

Пізніше у 2012 році, також на вимогу іноземних партнерів, була видана Постанова КМУ України № 658 про створення Ради Голів громадських рад при КМУ з метою донесення інформації про проблеми громадськості з регіонів України до вищого керівництва держави. Ради були створені, але ефективно вони так і не запрацювали.

У 2016 році Президентським Указом була створена національна стратегія розвитку Громадянського суспільства. Згідно якої із представників громадських організацій та чиновників у всіх областях та при Президентові утворювались координаційні громадські ради.

Разом з тим, на кінець 2020 року доводиться констатувати: жодна із вертикалей створених для залучення громадянського суспільства до керівництва державою не працюють, Громадські ради створені за постановою КМУ, ігноруються. Координаційні ради створені за Указом Президента не скликалися жодного разу.

Україна ніколи не стане правовою державою, поки влада не налагодить відкритий і чесний діалог із громадянським суспільством і громадськими організаціями, не тільки в період виборів, а й в повсякденному житті.

В інших розвинутих країнах соціальне партнерство отримало своє широке поширення на початку 20-го століття і по теперішній час використовується як інструмент антикризового управління та соціально-економічного розвитку території. Розглядаючи соціальне партнерство як чинник підвищення ефективності соціальної політики, виявлено, що даний підхід сприяє встановленню нового дискурсу в управлінні, формування *esponsible, self-disciplined* партнерів.

Об'єктивна необхідність перегляду ролі громадських організацій в нових умовах призводить до посилення орієнтації «громадського сектора» на

рішення соціально-значущих проблем. При цьому вказується на двоїстий характер партнерства між місцевими органами влади і місцевими громадськими організаціями при визначенні витрат на соціальні потреби і щодо надання громадських послуг [2].

Аналіз зарубіжної практики організації партнерства влади і суспільства показав, що соціальне партнерство організовується і реалізується у всіх країнах крізь призму комунікативної взаємодії та досягнення консенсусу між сторонами. При цьому, якщо в трудовій сфері це взаємодія будується на чітко проробленій правовій базі, то в соціальній сфері консенсус досягається шляхом залучення державою до вирішення соціально значущих питань некомерційних громадських організацій і створення певних умов для досягнення соціальної справедливості.

Сьогодні в Україні суспільний діалог практично не реалізується, і застосовується виключно в рамках реалізації місцевого самоврядування (сходи громадян, публічні слухання, збори та конференції), але в даних формах реалізації місцевого самоврядування учасниками переговорів стають тільки дві сторони: громадяни і місцева влада. Переговори між владою і бізнесом проходять часто без залучення представників громадськості. В даний час саме регіони і муніципальні освітянські органи повинні стати ініціаторами діалогу між усіма суб'єктами соціального партнерства і при вирішенні соціальних проблем [4].

Можна визначити такі основні напрями вдосконалення діалогу органів влади та громадськості на регіональному рівні:

- проведення консультацій з громадськістю з використанням інтерактивних форм (круглих столів, теле- або радіодебатів, інтернет-конференцій тощо);
- створення сприятливих умов (у тому числі правових) для діяльності та розвитку інститутів громадянського суспільства;
- забезпечення співпраці органів виконавчої влади з громадськістю в процесі формування й реалізації регіональної та місцевої політик;
- підтримка ініціатив громадськості для вирішення завдань регіональної та місцевої політик;
- підвищення професійного рівня та інституційної спроможності громадськості та органів влади щодо використання механізмів участі громадськості у формуванні й реалізації державної, регіональної та місцевої політик;
- забезпечення проінформованості суспільства про діяльність громадськості через впровадження постійно діючої інформаційно-просвітницької кампанії [1].

Механізми взаємодії між ОДВ і громадськістю та контролю з боку громадськості за діями ОДВ, не можуть бути розроблені і ініційовані однією з гілки влади (законодавча, виконавча, судова), інакше всі ці механізми втратять свою дієвість і актуальність.

Якщо, механізми взаємодії ОДВ із громадськістю будуть розроблені і

законодавчо врегульовані – ми отримаємо розвинуту європейську демократичну державу без корупції, країну рівності, права і доброї волі.

Після завершення роботи над Законом про взаємодію органів державної влади із громадянським суспільством – необхідно зафіксувати ключові позиції і посилення до цього закону у Конституції України. Приводом може слугувати проведення всеукраїнського референдуму.

Закон про взаємодію органів державної влади із громадянським суспільством, із подальшою фіксацією його в Конституції України, необхідний, виходячи із національних та історичних особливостей, які сформували державу.

Тільки при організації подібних інституцій в наших реаліях – можливий подальший розвиток та процвітання нашої країни.

1. Про громадські об'єднання : Закон України № 4572 від 22.03.2012 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 1. С. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 18.03.2021).
2. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики : Постанова Кабінету Міністрів України № 996 від 03.11.2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF#Text> (дата звернення: 18.03.2021).
3. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: загальні тенденції, регіональні особливості: аналіт. доп. Київ : НІСД, 2014. 78 с.
4. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання : аналіт. доп. / Жаліло Я. А., Кононенко К. А., Яблонський В. М. та ін. ; за заг. ред. Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2014. 132 с.

Левицький І. О., студент, **Тихончук Л. Х.**, д.н.держ.упр., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ ТА ПУБЛІЧНО-ПРАВОВИЙ СПІР. ТОЧКИ ДОТИКУ

Захист прав, свобод, законних інтересів фізичних, юридичних осіб від порушень з боку суб'єкта владних повноважень є важливим напрямком діяльності демократичної, соціальної, правової держави і стосується, в тому числі – державної реєстрації. Враховуючи імперативний характер рішень, дій суб'єктів владних повноважень у сфері державної реєстрації, основним способом захисту прав, свобод, законних інтересів у цій сфері виступає адміністративне судочинство [1].

Теоретичного дослідження сутності публічно-правових спорів виділило наступні напрямки досліджень : 1) загальне визначення сутності публічно-правового спору, а також видових по відношенню до нього явищ: адміністративно-правовий спір, державно-правовий конфлікт; 2) аналіз окремих видів правових відносин у сфері державної реєстрації: реєстраційні провадження, організація суб'єктів владних повноважень, окремі напрямки державної реєстрації. Таким чином, предметом досліджень виступають або визначення публічно-правового спору у цілому, або специфіка правовідносин в окремих сферах державної реєстрації [2].

Публічно-правовим спором у сфері державної реєстрації визначено юридичне явище, яке полягає у протистоянні сторін спору відносно одного предмету, що стосується визнання законним юридичного акту, в якому відображені конкретні відомості, інформація у реєстрі стосовно суб'єкта, що надає його діяльності законності та юридичного значення та забезпечується реалізацією публічного інтересу іншою стороною спору – суб'єктом владних повноважень. За 2018–2019 рр. підрозділи Міністерства юстиції отримали 22 346 звернень щодо вчинення реєстраційних дій, при цьому 3837 таких звернень отримало у відповідь відмову (це понад 17%). Майже на кожне п'яте звернення ініціативної групи або представників діючого громадського об'єднання державний реєстратор відмовляє у вчиненні реєстраційної дії. Відмови реєстратора – підстави спорів в даній сфері.

Розгляд властивості державної реєстрації, як конфліктність актуалізує звернення до існуючих наукових напрацювань щодо визначення юридичного конфлікту. Значення цього поняття полягає у врахуванні основних ознак юридичного конфлікту, що дозволить вирішити питання про притаманність цих ознак правовідносинам у сфері державної реєстрації.

В площині суперечності відносин у сфері державної реєстрації як умова, яка викликає публічно-правовий спор у цій сфері характеризується тим, що користувач, звертаючись за вчиненням реєстраційної дії прагне не тільки законних дій суб'єктів владних повноважень, але й реалізації інших прав, що напряму залежить від таких дій. Більше того, незважаючи на те, що

основоположними, з позиції правовідносин, виступають активні адміністративні відносини, в яких особа має право вимагати від суб'єкта владних повноважень вчинення певних дій або прийняття рішень, а цей суб'єкт має відповідні обов'язки, але вказані правовідносини є лише засобом реалізації інших прав особи.

Розгляд судової практики щодо розгляду публічно-правових спорів у сфері державної реєстрації (за даними Єдиного державного реєстру судових рішень за 2017–2019 рр.) свідчить, що більше 85% це спори за зверненнями одержувачами послуг стосовно рішень, дій, бездіяльності уповноважених суб'єктів з приводу вчинення дій, безпосередньо пов'язаних із державною реєстрацією. Вказане стосується рішень, дій, бездіяльності щодо: 1) вчинення/невчинення реєстрації (реєстраційних дій); 2) отримання інформації з державного реєстру.

В процесі реформи децентралізації, у відповідності до прийнятих Законів, суб'єктами державної реєстрації визначено виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації, нотаріуси, а також юридичні особи публічного права за умови їх акредитації в установленому порядку. Застосування реєстрації як одного з методів адміністративно-правового регулювання в більшому обсязі, ніж це необхідно, породжує напруженість у відносинах із суб'єктами державної влади, призводить до розвитку бюрократизму. При місцевих радах створюються установи (центри надання адміністративних послуг) з надання різноманітних адміністративних послуг за принципом «єдиного вікна» та «прозорого офісу», з метою комфортності та протидії корупції в наданні послуг фізичним та юридичним особам.

Порядок здійснення окремих видів державної реєстрації свідчить, що в значній кількості випадків всі необхідні фактичні дані, що входять до предмету доказування, можуть бути встановлені виключно на підставі письмових доказів. Вказане впливає зі специфіки спілкування державного реєстратора при здійсненні його повноважень та одержувача послуг, яке відбувається виключно в письмовій формі.

Здійснення характеристики публічно-правових спорів у сфері державної реєстрації визначає необхідність звернення до фундаментальних положень теорії права, конституційного права, адміністративного права, які стосуються сутності публічно-правових відносин, публічно-правових спорів, проблем розвитку адміністративного судочинства. Предмет публічно-правового спору про право у сфері державної реєстрації можливо попередньо визначити як суб'єктивні публічні права та обов'язки у конкретних спірних правовідносинах з приводу здійснення реєстраційної діяльності.

Систематизацію публічно-правових спорів слід проводити виходячи, в першу чергу, з напрацювань щодо видів публічно-правових спорів в цілому, що слід розглядати як родові поняття по відношенню до спорів у сфері державної реєстрації. Водночас, слід враховувати специфіку публічно-правових відносин у сфері державної реєстрації, що зумовлює можливість

виникнення специфічних критеріїв поділу досліджуваних спорів.

Сторони публічно-правових спорів у сфері державної реєстрації є елементом публічно-правового спору, виділення якого має велике практичне значення, передусім в тому, що це один з елементів, за якими встановлюють тотожність конкретних публічно-правових спорів.

Переведення частини реєстраційних послуг в електронну форму, проведення реєстраційних дій на підставі судових рішень, отриманих в результаті інформаційної взаємодії з Єдиним державним реєстром судових рішень, відмова від зберігання відомостей реєстраційних справ на паперових носіях – це ті нововведення в системі державної реєстрації які заплановані на 2021 рік. Які мають вплинути на зменшення конфліктності в даній сфері.

Пошук оптимальної моделі організаційної побудови системи органів адміністративної юстиції в Україні забезпечить реалізацію двох основних принципів – незалежності від впливу чиновницького апарату та доступності захисту прав і свобод людини і громадянина у сфері державного управління. У такому контексті система адміністративних судів в Україні є наступником європейського досвіду організації системи адміністративної юстиції, а також історичного досвіду її запровадження.

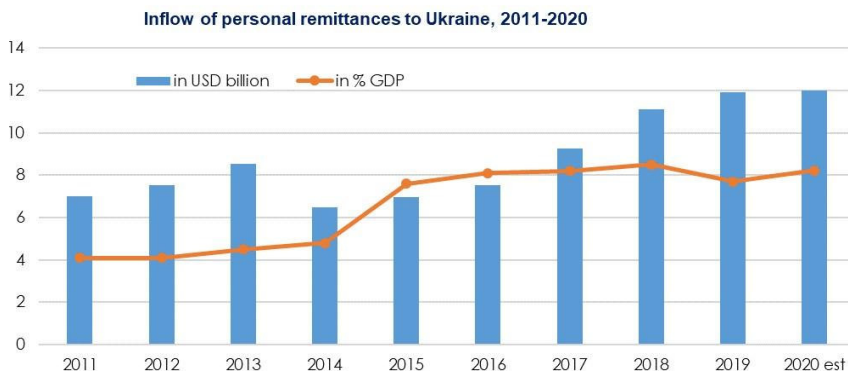
1. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР II. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. С. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 11.03.2021). 2. Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 р. № 2747-IV: за станом на 16 берез. 2015 р. *Офіційний вісник України*. 2005. № 32 (26.08.2005). С. 1918 (із змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15#Text> (дата звернення: 11.03.2021). 3. Скаун О. Ф. Теорія держави і права (Енциклопедичний курс) : підручник. Видання 2-е, перероблене і доповнене. Харків : Еспада, 2009. 752 с. 4. Янюк Н. В. Адміністративно-правовий статус посадової особи : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07. Львів, 2002. 168 с. 5. Науково-практичний коментар Кодексу адміністративного судочинства України / за заг. ред. І. Х. Темкіжева (кер. авт. кол.). 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Юрінком Інтер, 2013. 720 с. 6. Кравчук В. М. Науково-практичний коментар до Кодексу адміністративного судочинства України. Харків : Фактор, 2011. 800 с. 7. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 32. С. 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 11.03.2021).

Макарчук О. А., студент

Науковий керівник: Якимчук А. Ю., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

Найбільш масовим і значущим для України міграційним потоком є трудова міграція громадян за кордон. Завдяки отриманій за часів незалежності свободі пересування в умовах непростих економічних обставин, низьких заробітних плат робота за кордоном стала для багатьох українців стратегією виживання та підвищення добробуту своїх сімей. Вона є потужним соціальним амортизатором, чинником зменшення бідності, напруги на ринку праці, джерелом значних валютних надходжень, але, водночас, несе ризики втрати частини необхідного для розвитку країни трудового та інтелектуального потенціалу.



Згідно з даними Держстату, основними країнами призначення українських працівників-мігрантів є сусідні країни – Росія, Польща, Чехія, Угорщина, а також країни Південної Європи (Італія, Іспанія, Португалія). На них припадає близько 80% загальних потоків короткострокових та довгострокових трудових мігрантів з України. Серед трудових мігрантів переважають чоловіки, найчисленнішими серед них є особи 30–44 років (понад 40%), більшість мігрантів походить із областей заходу країни. 41% трудових мігрантів мають середню або середню спеціальну освіту, 36% – вищу освіту. Основним мотивом роботи за кордоном є значно вища, ніж в Україні, заробітна плата, то головним результатом трудової міграції – зароблені за кордоном кошти. Відповідно до даних обстеження Держстату 2017 р., середній заробіток українського мігранта становив 722 дол. США, тоді як середня зарплата в Україні була втричі меншою. Заробітки мігрантів відіграють важливу роль в підвищенні добробуту їхніх домогосподарств,

запобіганні бідності. Вони мають також суттєве економічне значення забезпечуючи приплив валюти, підвищуючи споживчий попит, використовуючись як інвестиції. Станом на 2019 рік, за даними Мінсоцполітики на постійній основі за кордоном працює 3.2 млн українців, а в окремий період – від 7 до 9 млн осіб. За результатами дослідження, проведеного експертами європейської комісії «Caritas International» на 2011 рік ~4,5 млн трудових мігрантів з України перебувають за кордоном, з яких 1,7 млн — у країнах ЄС [1].

Під впливом воєнного конфлікту та глибокої економічної кризи еміграційні настрої населення зростають. Спробам вирішити життєві проблеми у спосіб працевлаштування за кордоном сприяє й набутий українцями досвід роботи за межами держави, потужні міграційні мережі, що сформувалися впродовж останніх десятиліть. Опитування, проведене на замовлення Міжнародної організації з міграції навесні 2015 року, показало, що 8% українців планують найближчим часом знайти роботу за кордоном або вже її знайшли. За даними аналогічного дослідження 2011 р., таких було 6%. Збільшення обсягів трудової міграції супроводжується певною переорієнтацією її потоків із традиційного східного напрямку, до Росії, на західний. В умовах конфлікту вона прискорилося. За даними опитування GFK-Україна на замовлення MOM, серед потенційних трудових мігрантів з України частка тих, хто шукає роботу в Росії, знизилася з 18% у 2011 році до 12% в 2015 р. Водночас привабливість Польщі зросла з 7% у 2006 році, коли було здійснено перше аналогічне дослідження, до 30% на сьогодні [2].

За даними дослідження в структурі трудової міграції з України також відбуваються зміни, а саме: збільшується обсяг довгострокової міграції; до міграції вдається більше молоді, жінок, мешканців міст, вихідців із північної, центральної та східної України. Трудові міграції зменшують напругу на ринку праці. За відсутності працевлаштування за кордоном чисельність безробітних більш ніж удвічі перевищила б їх фактичну кількість. Перекази трудових мігрантів становлять більшу частину приватних переказів, які надходять в Україну і обліковуються Національним банком при обрахунку платіжного балансу. За даними НБУ, сума приватних переказів, що сягнула піку в 2013 р., в 2014 р. скоротилася на 24%. У 2015 р. обсяги переказів були на 20,6% менше, ніж попереднього року. Попри це на фоні стрімкого падіння економіки частка переказів у ВВП сягнула в 2014 р. майже 5%, а в 2015 р. становила 5,7%. У 2010-2012 роках сума приватних переказів з-за кордону була зіставною з сумою притоку прямих іноземних інвестицій, а в 2013 і 2014 роках значно її перевищила. У деяких регіонах мігранти перетворилися на основних інвесторів. Наприклад, у Тернопільську область за 2013 рік надійшло всього 4 млн доларів прямих іноземних інвестицій, а переказів, за даними НБУ – приблизно 612 мільйонів, що у 153 рази більше [3].

Наслідки:

— освітня система, яка існує, в основному, за рахунок витрат державного бюджету, працює на підготовку фахівця, який буде створювати додану вартість за межами країни.

— вкладання державою коштів у підготовку фахівців для потреб власної економіки (затрати на навчання на всіх освітніх рівнях), які, в результаті, створюють додану вартість за межами країни;

— збільшення тиску на національний ринок праці внаслідок створення іноземними громадянами конкуренції місцевій робочій силі;

— втрата Україною найконкурентоспроможнішої частини власної робочої сили (особливо науковців і фахівців), що призводить до уповільнення темпів науково-технічного прогресу;

— дискримінація та експлуатація наших громадян з боку місцевих роботодавців;

— виникнення політичних та економічних претензій до України з боку країн-реципієнтів у зв'язку зі збільшенням нелегальної трудової міграції українців;

— зростання злочинності та соціальної напруженості у суспільстві через міжнаціональні конфлікти.

Вирішення проблеми трудової міграції полягає у зростанні рівня доходів людей. За словами міністра соціальної політики України, єдиний дієвий спосіб збереження кваліфікованих кадрів є наближення рівня доходів населення до показників тих країн, у які сьогодні українці виїжджають на заробітки. Ключовим аспектом у вирішенні проблем трудової міграції має стати покращення умов ведення підприємницької діяльності, що можливо через формування сприятливих умов для інвестицій. Потребує вирішення питання грошових трансфертів трудових мігрантів в економіку країни. потрібно приєднатися до міжнародних угод регулювання міграційних потоків та використовувати міжнародний досвід країн, які вдалося вирішити таку ситуацію. Тож, вирішити проблему трудової міграції можливо через формування загального механізму соціально-економічного розвитку, де враховані інформаційна, соціально-економічна та правова складові [4].

Трудова міграція в Україні відображає загальні та типові для більшості держав головні причини, які пов'язані, насамперед, із високим рівнем безробіття, низьким рівнем заробітної плати, незатребуваністю фаху на батьківщині, зникненням деяких галузей виробництва або значним їх скороченням, економічною нерозвиненістю окремих регіонів тощо.

Основними передумовами для зменшення міграційних процесів в Україні у цілому є:

- стабілізація воєнного стану в країні;
- підвищення рівня працевзбезпечення;
- підвищення рівня добробуту громадян;
- надання пільг для підприємців, для розвитку бізнесу;
- підвищення рівня інвестиційної привабливості України;

- покращити соціальне забезпечення населення [5].

Важливим напрямом міграційної політики має стати політика, щодо створення умов для зворотної міграції українських трудових мігрантів. Для вирішення проблем міграції потрібен комплексний підхід, за якого враховуються інформаційний, соціально-економічний та правовий напрями як єдиний механізм підвищення рівня національної економіки.

1.Трудова міграція. Вікіситет : вебсайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BC%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96 (дата звернення: 11.03.2021). 2. Міграція. Трудова міграція. Міжнародна організація з міграції : вебсайт. URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf (дата звернення: 11.03.2021). 3. Зовнішня трудова міграція населення України. Київ : Український центр соціальних реформ, Державний комітет статистики. 2009. 120 с. 4. Шляхи подолання трудової міграції. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 37. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/37_2019/33.pdf (дата звернення: 11.03.2021). 5. Міжнародна організація з міграції: вебсайт. URL: <http://iom.org.ua/ua> (дата звернення: 11.03.2021).

Павлюк Ю. Ю., студентка, **Якимчук А. Ю.**, д.е.н., професор
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

АНАЛІЗ СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Серед природних ресурсів вода займає особливе місце. Вона є найважливішим компонентом навколишнього природного середовища. Саме життя і виживання людини значною мірою залежить від наявності та стану водних ресурсів. Забезпечення населення, галузей національної економіки доброякісною водою є одним з пріоритетних завдань соціально-економічної політики держави.

В Україні щорічно на виробничі потреби, на питні та санітарно-гігієнічні потреби, на зрошення та інші потреби з природних водних об'єктів вилучаються значні обсяги води.

Одним із звітних статистичних показників є показник забору води. Забір води з природних водних об'єктів – це обсяг вилучених водних ресурсів із природних водних об'єктів, включаючи ріки, озера моря і підземні горизонти, за виключенням обсягів вод, переданих іншим водокористувачам транзитом в інші водні об'єкти, та втрат при транспортуванні [3].

Так, за період з 2010 року до 2015 року в Україні спостерігається тенденція щорічного зменшення обсягу забору води з природних водних об'єктів. Якщо в 2010 році з природних водних об'єктів було забрано 13215 млн куб. м води, то в 2015 році – 9699 млн куб. м, тобто менше на 3516 млн куб. м або на 26,4%. Проти 2014 року забір води зменшився у 2015 році на 1806 млн куб. м або на 15,7% [2].

Показник використання свіжої води з 2010 року до 2012 року збільшувався, а далі почав зменшуватись і склав у 2015 році 7125 млн куб. м, що у порівнянні з попереднім 2014 роком менше на 1585 млн. куб. м або на 18,2%, порівняно ж з 2010 роком обсяг використаної свіжої води зменшився на 1862 млн куб. м або на 20,7% [2].

У 2015 році на виробничі потреби було використано на 380 млн куб. м води менше (7,8%) ніж у попередньому 2014 році, і на 880 млн куб. м або на 24,4% менше ніж у 2010 році.

Аналізуючи використання води в Україні, треба звернути увагу на оборотне та повторно-послідовне використання води. Оборотно-та повторно-послідовне використання води – це обсяг економії забору свіжої води за рахунок застосування системи зворотного і повторного водопостачання, включаючи використання стічних та колекторно-дренажних вод. Обсяг оборотного та повторно-послідовне використання води також зменшився, порівняно з 2014 роком – на 2743 млн куб. м або 6,3%, а порівняно з 2010 роком – на 5,7%.

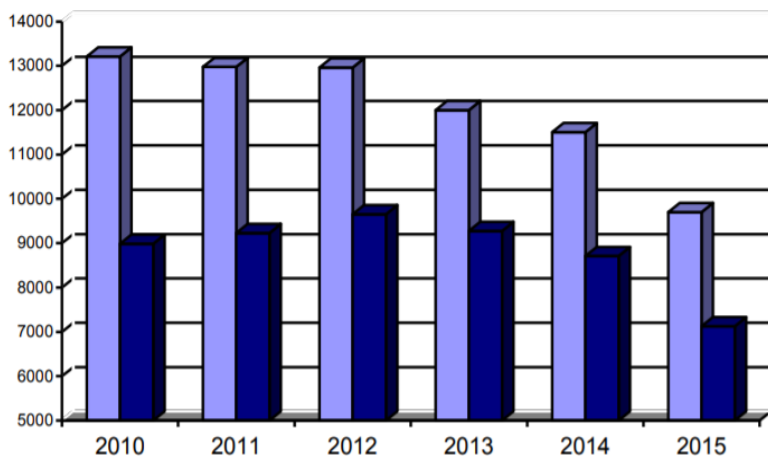


Рисунок. Динаміка обсягів забору води з природних водних об'єктів і використання свіжої води в Україні за 2010–2015 роки, млн куб м

Якість води істотно залежить від ступеня очищення стічних вод, що скидаються у водні об'єкти, та наявності в них окремих забруднюючих речовин. За даними моніторингу якості води у 2015 році забруднення води в Україні забруднюючими речовинами, що скидаються разом зі стічними водами, становить:

Скиди в поверхневі водні об'єкти України окремих забруднюючих речовин у складі стічних вод у 2015 році

Забруднюючі речовин	Кількість, тонн	Питома вага, %
Нафтопродукти	302,7	2,9
Залізо	491,2	4,8
Магній	1114,5	10,8
Кальцій	3646,0	35,4
Натрій	370,6	3,6
Фосфати	4382,0	42,5
Усього	10307,0	100,0

Дані таблиці 3,5 показують, що серед забруднюючих речовин, які скидаються у природні водні об'єкти разом зі стічними вода більше всього фосфатів – 4382 тонни або 42,5% загальної кількості забруднюючих речовин. Також значну кількість і питому вагу становить кальцій – 3646 тонн або 35,4% і магній – 1114,5 тонн або 10,8%. У порівнянні з ними забруднення нафтопродуктами становить 2,9%, натрієм – 3,6%, залізом – 4,8% [1].

Такі дані свідчать про недостатній рівень очистки стічних вод на очисних спорудах і про значну кількість скинутих забруднених стічних вод у природні водні об'єкти без очистки. З метою охорони природних водних об'єктів і підвищення якості очистки води необхідно залучення інвестицій для реконструкції і модернізації існуючих очисних споруд, будівництва і введення в дію нових споруд і установок та інших заходів. Таким чином, аналіз проблем використання водних ресурсів, відведення забруднених вод, охорони природних водних об'єктів показує, що ці питання мають досить велику соціальну, екологічну і економічну значимість, їх потрібно вирішувати на регіональному, національному і міжнародному рівнях.

1. Офіційний сайт Міністерства екології та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua> (дата звернення: 24.03.2021). 2. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 24.03.2021). 3. Статистичний аналіз стану та використання водних ресурсів України. [surl.li : вебсайт](http://surl.li/pxhc). URL: <http://surl.li/pxhc> (дата звернення: 24.03.2021).

Пархоменко-Куцевіл О. І., д. держ. упр., професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування (Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди, м. Переяслав-Хмельницький)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Проблеми реалізації державної гендерної політики є на сьогодні актуальним питанням, адже в Україні прийнято та діє безліч нормативно-правових документів України щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків. Крім того, забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків є вимогою Європейського Союзу щодо вступу України до ЄС.

Так, відповідно до Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» рівні права жінок і чоловіків - відсутність обмежень чи привілеїв за ознакою статі; рівні можливості жінок і чоловіків - рівні умови для реалізації рівних прав жінок і чоловіків [1].

Експертна оцінка потенціалу Мінсоцполітики щодо впровадження гендерної політики показала, що міністерству бракує повноважень, людських і матеріальних ресурсів, стабільності. На думку експертів, гендерна політика сьогодні не є пріоритетною для України через воєнну агресію. Рушійною силою гендерних перетворень є українські організації громадянського суспільства, міжнародні організації та численні проекти з гендерної проблематики, що фінансуються зовнішніми донорами. На початок 2015 р. було зареєстровано 1136 громадських жіночих організацій. Найдієвіші з них об'єднались у Гендерну стратегічну платформу для координації спільної праці. Дієвим інструментом механізму формування гендерної політики є парламентські слухання [2, с. 119].

З метою забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків у державній політиці та нормативно-правові документи було запровадження діяльності відповідальних підрозділів з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, а також радників з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, запобігання та протидії насильству за ознакою статі.

Міністерства, інші центральні органи виконавчої влади, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації для виконання в межах компетенції завдань, пов'язаних із забезпеченням рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, створюють у своєму складі або у складі самостійного структурного підрозділу органу влади відповідальні підрозділи з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків [3].

Водночас, радники з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, запобігання та протидії насильству за ознакою статі (дали

– радник) призначаються в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київській та Севастопольській міських, районних, районних у м. Києві та Севастополі держадміністраціях (далі – орган влади) відповідно до законодавства [3].

Таким чином, в останній час впроваджуються інноваційні механізми забезпечення державної гендерної політики в Україні.

28 листопада 2018 року був затверджений порядок проведення гендерно-правової експертизи. Зазначений порядок визначає механізм проведення гендерно-правової експертизи законодавства та проектів нормативно-правових актів в усіх сферах законодавства. Гендерно-правова експертиза законодавства проводиться Мін'юстом щодо законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України та інших нормативно-правових актів. Гендерно-правова експертиза проектів нормативно-правових актів проводиться Мін'юстом під час проведення правової експертизи [4].

Крім того, слід зазначити, що Міністерством соціальної політики України були затверджені методичні рекомендації щодо оцінювання гендерного впливу галузевих реформ, відповідно до яких завданнями оцінювання є: виявлення відмінностей у становищі, потребах, доступі до ресурсів різних груп жінок і чоловіків, на які має / матиме вплив галузева реформа; визначення міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади можливих позитивних і негативних наслідків реалізації галузевої реформи для різних груп та / або конкретної групи жінок / чоловіків (це даватиме змогу розробляти заходи, спрямовані на зменшення чи усунення негативного впливу галузевої реформи, посилити очікуваний позитивний вплив галузевої реформи або ж розширити перелік цільових груп жінок / чоловіків, які його відчують) [5].

Зазначений нормативно-правовий документ має рекомендаційний характер, а тому, на нашу думку, потрібно врегулювати обов'язковість проходження оцінювання гендерного впливу галузевих реформ, визначити відповідальність за порушення гендерних норм при проведенні галузевих реформ.

Таким чином, можна констатувати, що в Україні існують нормативно-правові документи, які фрагментарно вирішують питання реалізації на практиці державної гендерної політики в Україні. На сьогодні потребує розробка та впровадження єдиного системного комплексного документу, який би врегульовував питання забезпечення реалізації державної гендерної експертизи у всіх сферах життєдіяльності суспільства, формування дієвих механізмів моніторингу та контролю за впровадженням даних заходів.

1. Закон України про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. *Відомості Верховної Ради України*. 2005. № 52. С. 561. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text> (дата звернення: 14.03.2021).

2. Гонюкова Л. В., Педченко Н. С. Сучасний механізм упровадження гендерної політики в Україні. *Вісн. Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. Сер. Державне управління*. 2016. № 2. С. 114–120. 3. Деякі питання забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків : постанова Кабінету Міністрів України від 09.10.2020 № 930. ВРУ : вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/930-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 14.03.2021). 4. Питання проведення гендерно-правової експертизи: постанова Кабінету Міністрів України від від 28 листопада 2018 р. № 997. ВРУ : вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 14.03.2021). 5. Методичні рекомендації щодо оцінювання гендерного впливу галузевих реформ : Наказ Міністерства соціальної політики України від 14.04.2020 № 257. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/documents/5701.html?PrintVersion> (дата звернення: 14.03.2021).

Поліщук Д. О., студент, **Якимчук А. Ю.**, д.е.н., професор
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Демографічна ситуація в тій чи іншій країні характеризує відтворення населення країни у просторовій та часовій визначеності. Вона формується відповідно до відтворення населення та міграційних процесів. Забезпечення умов розвитку народонаселення України має розглядатися як один із найпріоритетніших національних інтересів в основах державної політики та національної безпеки. Демографічний чинник є одним із визначальних для забезпечення стабільного та безпечного розвитку держави, а проблеми оптимального демографічного розвитку слід розглядати як першочергові інтереси держави, як фактор і водночас як результат її функціонування. Від демографічних показників працездатного населення і показників демографічного розвитку залежить розвиток трудового потенціалу і, відповідно, величина сукупного національного доходу. Аналіз сучасної демографічної ситуації, а також динаміки останніх років свідчить про наявність в Україні поряд із соціально-економічними проблемами глибокої демографічної кризи [3].

У минулому великий вплив на кількість, густоту населення України і внутрішні територіальні зміни мали постійні війни, які вів український народ з іноземними поневолювачами і загарбниками з Польщі, Туреччини, Угорщини, Румунії, Росії. Особливо вплинули на кількість і густоту населення в Україні роки радянської влади і входження до складу Радянського Союзу. Починаючи з 1917 р., український народ втратив понад 25 млн. своїх громадян вбитими і закатованими. Це найбільший з відомих геноцидів (знищення за національною ознакою), що його знала історія людства: громадянська війна і агресія російських, польських і, німецьких військ 191–1920 рр., голодомори 1921–1923 рр., 1932–1933 рр., масові репресії 1935–1939 рр., Друга світова війна, голод 1946–1947 рр. Під час освоєння цілинних і перелогових земель у 1953–1954 рр. з України було вивезено понад 1,5 млн осіб. І, нарешті, чорнобильська трагедія, що призвела до міграції сотень тисяч осіб і перетворення цілих районів нашої країни в безлюдні території [1].

Після здобуття незалежності в Україні ускладнилася демографічна ситуація. На неї впливає кілька негативних факторів: спад народжуваності, старіння населення, погіршення здоров'я нації, економічна нестабільність у країні, а також міграційні процеси (з країни виїжджає більше людей, ніж

повертається). Усе це призвело до того, що зараз в Україні десь на 10 млн менше постійного населення, ніж було в перші роки незалежності. Найбільша кількість населення в Україні була зафіксована в 1993 році – 51 млн 870,4 тисячі осіб. Станом на початок 2020-го в країні проживає 41 млн 732,8 тисячі осіб (без урахування окупованих територій) – це історичний мінімум за роки незалежності. З урахуванням Криму та окупованих територій Донбасу чисельність населення може досягати 43 млн 923 тисяч осіб. За період незалежності в Україні народилося 13,3 млн дітей. У цілому рівень народжуваності з 1991 року знизився вдвічі: в 1991-му народилося 630,8 тисячі дітей, у 2019-му – 308,8 тисячі. Рівень народжуваності почав падати після 2013 року, в середньому народжується близько 400 тисяч малюків на рік [2].

Втрачені в Україні традиції багатодітності призвели до того, що сумарний показник народжуваності, тобто кількість дітей, що їх може народити кожна жінка впродовж усього репродуктивного періоду свого життя, зменшився з 1,9 у 1989 р. до 1,1 дитини у 2001 р. У 2002–2003 рр. він підвищився до 1,2 дитини. Зазначимо, що для розширеного відтворення населення необхідно мати 2,2–2,4 дитини. Причини падіння народжуваності не можна зводити лише до економічних негараздів, хоча вони, безумовно, відіграють свою роль. Узагальнення сучасних чинників зниження народжуваності дає підстави виокремити такі групи: економічні, соціальні, психологічні, біологічні. Задоволення потреби в дітях, у материнстві та батьківстві конкурує з низкою інших потреб, тим простіших, чим нижчий рівень життя. Якщо заможні верстви населення так чи інакше оцінюють витрати часу та грошей на забезпечення майбутнім дітям необхідного фізичного, розумового розвитку та професійної підготовки і порівнюють їх із задоволенням власних потреб у розвитку та дозвіллі, то бідні враховують майже елементарні потреби в їжі, одязі, житлі. Не слід очікувати, що з підвищенням рівня життя автоматично зросте і народжуваність. Якби зв'язок був таким простим, не відбулося б істотного скорочення народжуваності в економічно розвинутих країнах. Зниження народжуваності – загальна історична тенденція, притаманна як високорозвинутим країнам, так і країнам, що перебувають на перехідному етапі. Крім формування несприятливої демографічної ситуації, це також має негативні соціально-економічні наслідки [4].

За даними з таблиці 1 ми можемо побачити як змінювалася кількість населення України з 1990 по 2020 роки.

Чисельність наявного населення (1990–2020 рр.)

Рік	Чисельність наявного населення		
	всього тис. осіб	у тому числі	
		міське тис. осіб	сільське тис. осіб
1990	51 838,5	34 869,2	16 969,3
1991	51 944,4	35 085,2	16 859,2
1992	52 056,6	35 296,9	16 759,7
1993	52 244,1	35 471,0	16 773,1
1994	52 114,4	35 400,7	16 713,7
1995	51 728,4	35 118,8	16 609,6
1996	51 297,1	34 767,9	16 529,2
1997	50 818,4	34 387,5	16 430,9
1998	50 370,8	34 048,2	16 322,6
1999	49 918,1	33 702,1	16 216,0
2000	49 429,8	33 338,6	16 091,2
2001	48 923,2	32 951,7	15 971,5
2002	48 457,1	32 574,4	15 882,7
2003	48 003,5	32 328,4	15 675,1
2004	47 622,4	32 146,4	15 476,0
2005	47 280,8	32 009,3	15 271,5
2006	46 929,5	31 877,7	15 051,8
2007	46 646,0	31 777,4	14 868,6
2008	46 372,7	31 668,8	14 703,9
2009	46 143,7	31 587,2	14 556,5
2010	45 962,9	31 524,8	14 438,1
2011	45 778,5	31 441,6	14 336,9
2012	45 633,6	31 380,9	14 252,7
2013	45 553,0	31 378,6	14 174,4
2014	45 426,2	31 336,6	14 089,6
2015	42 929,3	29 673,1	13 256,2
2016	42 760,5	29 585,0	13 175,5
2017	42 584,5	29 482,3	13 102,2
2018	42 386,4	29 371,0	13 015,4
2019	42 153,2	29 256,7	12 896,5
2020	41 902,4	29 139,3	12 763,1

Джерело: проаналізовано на основі [5].

Підводячи підсумки вищевикладеного, можна сказати, що в нашій державі на сьогодні не існує чіткої програми щодо вирішення існуючих проблем, які очевидні не лише громадянам України, але й світовій спільноті. Критерії, за якими наша держава посідає найгірші місця серед країн, де населення знижується, показують, що демографічна ситуація нашої держави не лише не розвивається, а занепадає катастрофічними темпами [3]. Цьому є абсолютно чітке підтвердження: народжуваність спадає, а еміграція зростає та низка інших причин.

1. Україна: демографічна ситуація. Освіта.ua : вебсайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/geograf/23466> (дата звернення: 24.03.2021).
2. Демографічна ситуація в Україні в період незалежності. Слово і діло : вебсайт. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/08/21/infografika/suspilstvo/demografichna-sytuacziya-ukrayini-period-nezalezhnosti> (дата звернення: 24.03.2021).
3. Характеристика соціально-демографічної ситуації та соціально значущих захворювань в Україні. УМЧ : вебсайт. URL: <https://www.umj.com.ua/article/71500/xarakteristika-socialno-demografichnoi-situacii-ta-socialno-znachushhix-zaxvoryuvan-v-ukraini> (дата звернення: 24.03.2021).
4. Аналіз сучасної демографічної ситуації в Україні та перспективи її розвитку. Букліб : вебсайт. URL: <https://buklib.net/books/27382> (дата звернення: 24.03.2021).
5. Демографічна та соціальна статистика. ДССУ : вебсайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm (дата звернення: 24.03.2021).

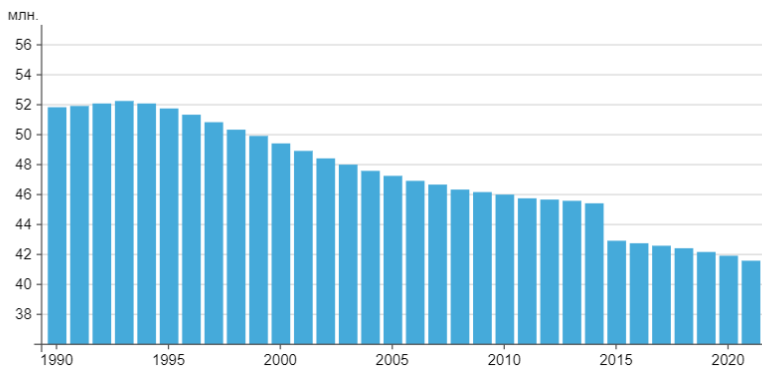
Самолук М. В., студент

Науковий керівник: Якимчук А. Ю., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

Демографічна ситуація в Україні залишається складною. Скорочення чисельності населення, зниження тривалості життя, падіння народжуваності і від'ємне сальдо міграції є головними показниками демографічної кризи.

Сумна динаміка зміни чисельності населення України ілюструється наведеним нижче графіком:



Впродовж 2020 року кількість жителів України скоротилася на 314062 людини – до 41,59 млн осіб. Про це свідчать оприлюднені у четвер, 18 лютого, оціночні дані Державної служби статистики. Кількість смертей в Україні значно перевищує кількість новонароджених – 48 дітей на 100 померлих. Минулого року скорочення населення відбувалося переважно з природних причин – померло 616835 людей, а число живих новонароджених становило 293457 [1]. Міграція за кордон слабо впливала на чисельність населення – за рік емігрували лише 9316 українців. Дані Держстату щодо міграції враховують лише тих українців, які при виїзді за кордон знялися з реєстрації. У 2019 році кількість мігрантів була в два рази більшою – на проживання за кордон виїхали 21512 осіб. Померло за 2019 рік 581114 людей, а кількість жителів України загалом скоротилася того року на 250785. Протягом 2018 року, за даними Держстату, населення України скоротилося на 233 тисячі осіб [2].

Дані Держстату щодо розрахунку оцінки чисельності населення охоплюють усі регіони України, крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і Севастополя. А в даних щодо природного та міграційного рухів населення, окрім окупованих Криму та Севастополя, не враховані також непідконтрольні уряду території Донецької та Луганської

областей [2]. 37% 16-річних хлопчиків не мають шансу дожити до пенсійного віку. За результатами Всеукраїнського перепису населення науковцями розроблено Концепцію демографічного розвитку України, яку передано до Уряду. Позитивні тенденції спостерігаються завдяки значній матеріальній допомозі, яка надається матерям при народженні дитини. Втім демографи закликають до стриманості у прогнозах, оскільки ніякі заходи не здатні суттєво змінити демографічну ситуацію, оскільки вона є еволюційним процесом [3].

Наслідки:

- у найближчій перспективі в Україні взагалі може стати практично неможливим відтворення кількісних і якісних показників населення;

- ми дедалі гостріше відчуватимемо нестачу трудових ресурсів, насамперед кваліфікованих кадрів;

- економіка України не зможе конкурувати на світовому ринку;

- буде підірвано обороноздатність держави, а отже, можливості надійного захисту її суверенітету і територіальної цілісності;

- Україна може опинитися на узбіччі світового прогресу, її роль буде остаточно зведена до постачальника сировини і дешевої робочої сили [4].

Демографічні проблеми потребують розробки науково обґрунтованої комплексної програми подолання демографічної кризи, яка б охоплювала не тільки питання простого відтворення населення, але й його розвитку у широкому соціальному контексті. Необхідно розробити сучасну ідеологію демографічного розвитку України, слід посилити наукові розробки в галузі демографічних та гендерних досліджень, їх фінансову підтримку. Це має бути основним змістом демографічних стратегій держави сьогодні.

З метою поліпшення демографічної ситуації державі необхідно спрямувати соціально-економічну політику на розв'язання найгостріших проблем: стимулювання народжуваності, підвищення медичного обслуговування, посилення охорони та оплати праці, поліпшення побутових умов і впровадження здорового способу життя, створення широкої мережі державних та недержавних служб соціальної допомоги [5].

Державі необхідно робити акценти не на кількісних, а на якісних параметрах демографічного відтворення. Необхідно сконцентрувати зусилля на вирішенні поточних і стратегічних завдань – економічному забезпеченні відтворення населення, належному соціальному захисту сімей з дітьми та осіб похилого віку, поліпшенні екологічної ситуації, зниженні виробничого та побутового травматизму, популяризації здорового способу життя, забезпеченні доступності якісної медичної допомоги та освіти, що, зрештою, стане вагомим підґрунтям для переходу до сучасного режиму відтворення населення і підвищення тривалості повноцінного активного його життя [5].

Серед факторів, які можуть позитивно вплинути на демографічну ситуацію в Україні, науковці називають створення позитивної громадської думки про родинні цінності, їхній пріоритет, пропаганду здорового способу

життя, заборону реклами алкоголю та тютюнопаління, припинення популяризації на телебаченні так званих брудних фільмів, що спотворюють родинні цінності і саму суть людини – народжувати і плекати нове життя [3].

Українському суспільству ніколи не бути процвітаючим чи навіть стабільним, якщо його населення не матиме відповідних умов життя і не відчуватиме повної безпеки для реалізації нормальної демовідтворювальної поведінки, не буде бачити перспектив для існування й розвитку кожної сім'ї та особи.

Соціально-економічна перебудова суспільства в Україні спричинила гострі проблеми. Їхнє вирішення передбачає розробку науковообгрунтованої комплексної програми подолання демографічної кризи, яка б охоплювала не тільки питання простого відтворення населення, але й його розвитку у широкому соціальному контексті.

1. Населення України. DW : вебсайт. URL: <https://www.dw.com/uk/naseleennia-ukrainy-u-2020-rotsi-skorotylosia-na-314-tysiach-osib-derzhstat/a-56618621> (дата звернення: 12.03.2021).
2. Дежавна служба статистики : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.03.2021).
3. Демографічна політика. ЕСУ : вебсайт. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=21466 (дата звернення: 12.03.2021).
4. Демографічна криза в Україні: причини і наслідки. Голос України : вебсайт. URL: <http://www.golos.com.ua/article/244016> (дата звернення: 12.03.2021).
5. Палієнко О. А. Демографічна криза в Україні: шляхи її подолання. *Молодий вчений*. 2017. Випуск. (№ 9.1 (49.1)). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/9.1/32.pdf> (дата звернення: 12.03.2021).

Симончук Ю. С., студент, **Якимчук А. Ю.**, д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВПЛИВ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ НА РІВЕНЬ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Проблема безробіття завжди була актуальною для України, для держави, яка розвивається та формує конкурентоздатну ринкову економіку. Проте в останні роки дана проблема ще більше загострюється, особливо з пандемією COVID-2019. За час карантину чисельність зареєстрованих безробітних в органах Державної служби зайнятості зросла на 27% – наразі офіційних безробітних налічується вже 401 тисяча осіб. Що ж стосується неофіційного безробіття – то кількість тих, хто втратив роботу, але з різних причин не став на біржу праці, оцінюється до 3 млн осіб. І, швидше за все, цифри не остаточні. Національний Банк України прогнозує, що рівень безробіття цього року буде вимірюватися двозначними «відсотками», чого в Україні не спостерігалось зі 2002 року. Дані щодо оцінювання рівня безробіття в Україні репрезентує таблиця.

Таблиця

Рівень безробіття в 2020 році в Україні

Показник у 2020 році	Всього населення, млн. осіб	Економічно активне населення, млн. осіб	Зайняте населення, млн. осіб	Безробітні, млн. осіб	Зареєстровано безробітних, тис. осіб	Рівень безробіття, %
I квартал	41,83	17,329	15,781	1,548	349,4	8,9
II квартал	41,762	16,992	15,362	1,63	517,7	9,6
III квартал	41,703	16,949	15,306	1,64	433,4	9,7
IV квартал	41,588	16,917	15,244	1,67	459,2	9,9

Джерело: проаналізовано на основі [2].

Варто також зазначити: у цих даних не враховано окупованих територій (Крим, Севастополь, частина Донбасу). Проаналізувавши ці дані, можна зазначити, що рівень безробіття почав стрімко зростати, звичайно, на це дуже вплинула коронавірусна інфекція. Уже на кінці 2020 року рівень безробіття становив 9,9%, що на 1% більше ніж на початку року. Разом з цим зростає кількість і зареєстрованих безробітних. Зокрема, 17% робочої сили в період жорсткого локдауну перебували у стані прихованого безробіття – зайнятість цих людей була зменшена або вони перебували в неоплачуваній відпустці [3].

Варто зазначити, що станом на 1 квітня 2020 року кількість вакансій, зареєстрованих у державній службі зайнятості становила 54 тис. одиниць, що на третину менше, ніж у 2019 році. На громадські та інші роботи тимчасового характеру (благоустрій територій, робота на об'єктах соціальної сфери тощо) у січні-лютому 2020 року було залучено 26 тис. осіб [4]. Також карантин вихідного дня, який діяв в Україні в листопаді,

спровокував другий пік зростання безробіття, адже було зареєстровано 361 тис. безробітних, а станом на початок грудня 2020 року – 420 тис [3].

В середньому в Україні на одне вільне робоче місце претендувало шість безробітних (на 1 листопада 2019 року – три особи). Станом на 1 листопада 2020 року, кількість вакансій, заявлених роботодавцями, становила 68 тис. одиниць, що на 34% менше, ніж на відповідну дату попереднього року. У ТПП вказують, що в першу чергу роботу втратили ті, хто неформально працював в галузях, діяльність яких була зупинена на час карантину. До них додалися і трудові мігранти, які повернулися в Україну внаслідок втрати роботи за кордоном. Нині усі ці люди опинилися у складному становищі, хоча й скористатися державною допомогою поки що поспішають.

Відзначається, що і реальні доходи громадян за підсумками I півріччя 2020 року скоротилися на 7,3% порівняно з аналогічним періодом 2019 року. Звісно, що основними причинами цього стали зниження ділової активності, заробітної плати і зростання безробіття [3].

Стрімке зростання безробіття і, відповідно, збідніння населення загрожує значними соціальними викликами. Уряд розраховує, що програма широкого залучення безробітних до роботи на об'єктах «Великого будівництва» врятує ситуацію, принаймні, суттєво знизить критичну масу таких людей. Залишається сподіватися на успіх цих стратегій [1]. У нашій країні існує низка документів, які декларують пом'якшення наслідків від даної проблеми. Серед таких: Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття». Загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття – це є система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає матеріальне забезпечення на випадок безробіття з незалежних від застрахованих осіб обставин та надання соціальних послуг за рахунок коштів Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття [5].

Також зовсім недавно нашим президентом було підписано Закон «Про зайнятість населення» щодо надання допомоги по частковому безробіттю на період карантину та/або надзвичайної ситуації, встановлених Кабінетом Міністрів України» № 1212-IX, який Верховна Рада ухвалила 4 лютого 2021 року. Закон надає право Кабінету Міністрів визначати порядок надання допомоги з часткового безробіття на період карантину, надзвичайної ситуації, її розмір, строк надання, а також порядок повернення коштів, спрямованих на фінансування такої допомоги [6].

Якщо порівнювати дані з таблиці 1 з сьогоденням, то такі негативні тенденції зберігаються. Станом на 25 січня 2021 року 485,3 тис. українців мають статус безробітного. Це на 33% більше, ніж на цю ж дату 2020 року. Нині в базі даних Державної служби зайнятості налічується 44 тис. вакансій, тобто на 20,5% менше, ніж на цю ж дату 2020 року [7]. Разом з тим ситуація продовжує погіршуватися, оскільки більше й більше людей

втрачають роботу. Можливо буде об'явлена друга хвиля локдауну, що ще більше погіршить ситуацію.

Незважаючи на такі негативні тенденції, перспективи для подолання даної проблеми в Україні є. Головне обрати правильну стратегію. Існує кілька способів які можуть бути застосовані Україною: створення нових служб зайнятості (бюро по працевлаштуванню); впровадження системи пільгового оподаткування з метою стимулювання роботодавців, які працевлаштовують молодь; розвиток прогресивних технологій, що можуть забезпечити підвищення якості праці та створення більшої кількості робочих місць по регіонам; збільшення можливостей для самостійного пошуку вакансій для осіб працездатного віку; посилення взаємодії та координації роботи державних та приватних служб зайнятості. Але на наш погляд оптимальними є засоби Кейнсіанської програми [8]. Кейнсіанська програма в короткочасному періоді пропонує суспільні роботи за рахунок бюджету держави. З одного боку подібна програма має свої мінуси, але за допомогою такої програми проблему безробіття можна буде вирішити у короткий період.

1. Безробіття в Україні зростає. Укрінформ : вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3008987-bezrobitta-v-ukraini-narostae-ak-uporatisa-z-tim-derzavi.html> (дата звернення: 05.03.2021).
2. Безробіття в Україні в 2020 році. Мінфін : вебсайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2020> (дата звернення: 05.03.2021).
3. В Україні рівень безробіття зріс майже до 10%. Центр Разумкова. Укрінформ : вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3210897-v-ukraini-riven-bezrobitta-zris-majze-do-10-centr-razumkova.html> (дата звернення: 05.03.2021).
4. Що потрібно робити, якщо ви втратили роботу і хочете отримувати допомогу від держави. MEY : вебсайт. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?id=496fe68b-cd87-40b3-b6fa-28cdf4027cc1> (дата звернення: 05.03.2021).
5. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття : Закон України № 2213-III від 11.01.2001. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 22. С. 171. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1533-14#Text> (дата звернення: 05.03.2021).
6. Зеленський підписав закон про допомогу з безробіттям під час карантину. Укрінформ : вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3199785-zelenskij-pidpisav-zakon-pro-dopomogu-z-bezrobitta-na-cas-karantinu.html> (дата звернення: 05.03.2021).
7. Рівень безробіття в Україні зріс на третину за рік. LB.ua : вебсайт. URL: https://lb.ua/society/2021/01/25/476069_riven_bezrobittya_ukraini_zris.html (дата звернення: 05.03.2021).
8. Костенко Т. А. Шляхи подолання безробіття в Україні. ЕНІК : вебсайт. URL: <http://www.economyconfer.com.ua/full-article/2179> (дата звернення: 05.03.2021).

Тихончук Л. Х., д-р. держ. упр., доцент, **Антонюк В. В.**, студент,
Коробова Н. В., студентка (Національний університет водного
господарства та природокористування, м. Рівне)

ПРОЦЕС ПРИМИРЕННЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ВИРІШЕННЯ СПОРІВ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

В сучасному процесі суспільних відносин можна чітко відстежити такі принципи як: справедливість, мораль та гуманізм, які здатні на високому рівні врегульовувати конфлікти. На сьогоднішній день спостерігається практично повсюдне використання і активізація практики застосування альтернативних процедур як інноваційного підходу до припинення юридичних спорів.

Саме альтернативні способи дають змогу населенню використовувати додаткові, більш гнучкі, такі, що будуть підходити обом сторонам методи подолання суперечностей.

Основне значення даної системи полягає в тому, що за його допомогою відбувається фільтрування тих правових спорів, які потребують судового розгляду від тих, що можуть бути вирішені без участі суду. Неможливо не погодитись з думкою Н. Бондаренко-Зелінської, яка визначає основне значення альтернативних способів вирішення спорів, що полягає в тому, що за його допомогою відбувається фільтрування тих правових спорів, які дійсно потребують повного судового розгляду від тих, що можуть бути вирішені без участі суду.

В Україні дане питання є мало дослідженим, а тому дослідження способів альтернативного вирішення правових спорів та перспектив їх застосування на теренах нашої держави є надзвичайно потрібним в умовах сучасності.

Основними альтернативними способами вирішення спорів, як правило, розглядають такі три способи і притаманні їм процедури, а саме: переговори, які становлять процес врегулювання юридичних конфліктів; медіація, як врегулювання юридичного спору сторонами за сприяння незацікавленого посередника; арбітраж, як вирішення юридичного спору недержавним судом, уповноваженим винести обов'язкове рішення.

Звертаючи свою увагу на зазначені особливості, важливо також зауважити, що з розвитком теоретичних розробок, законодавчих конструкцій і правозастосовної практики альтернативні процедури поступово розширюються на державну систему вирішення спорів і починають використовуватися не тільки поза, але й у межах судочинства.

Процес формування примирних процедур характеризується низкою особливостей, які пов'язані із науково-технічною революцією, зростанням кількості населення і, як наслідок, ускладненням суспільних відносин. Тому вкрай важливо виділити такі основні тенденції розвитку медіації:

1) медіація перетворилась в самостійну професію, якщо раніше в ролі

медіаторів виступали особи, які володіли насамперед високим соціальним статусом і внаслідок цього авторитетом, зазвичай наділені повноваженнями для винесення обов'язкового рішення, то на сучасному етапі посередниками стають нейтральні особи; 2) значно розширилася сфера медіації, зокрема, вона не обмежується певним видом конфліктів, її проведення, по суті, можливе в будь-яких спорах; 3) виникають нові ефективні моделі медіації, тепер умови врегулювання спору ґрунтуються на інтересах сторін.

Зазвичай кожна система має свої певні недоліки, а тому до недоліків застосування «альтернативних способів врегулювання спорів» належить те, що українські медіатори працюють без будь-якого правового забезпечення своєї діяльності.

Медіація в Україні була запроваджена в 90-х роках і включає досвід в понад 50 проектах у самих різних сферах. Було навчено понад 2500 медіаторів, створено понад 20 центрів, апробовано схеми взаємодії із державними органами – органами місцевої влади, судами, міліцією, прокуратурою, соціальними службами, освітніми закладами, комерційними, громадськими і навіть релігійними організаціями (таблиця).

Таблиця

Зведена таблиця результатів пілотних проектів з впровадження медіації у судах (2007–2016 рр.)

ЯКА МОДЕЛЬ ВПРОВАДЖУВАЛАСЬ	НЕЗАЛЕЖНИЙ МЕДІАТОР	СУДДЯ-МЕДІАТОР	АКТИВНЕ ПРИМИРЕННЯ СУДДЕЮ
Де впроваджувалась і коли	8 судів Волинської області, 2014-2016	4 суди в Білій Церкві, Вінниці, Донецьку, ІваноФранківську, 2007-2011	2 місцеві, 2 окружні адмінсуди. Одеса, ІваноФранківськ, 2014-2016
Сфера правовідносин	Цивільні, адміністративні	Цивільні, адміністративні	Цивільні, адміністративні
Кількість інфосесій/ медіацій/ медіаційних та/чи мирових угод	47/29/13	83/50/36 успішних медіацій, 33 укладені угоди	Інф. відсутня/ інф. відсутня/ за півроку кількість мирових угод зросла з 50-ти до 150-ти
Медіатори	Незалежні медіатори (навчені в рамках проекту, оплата послуг коштом гранту)	Суддя того ж суду, але не той, що розглядає справу (навчені як медіатори по 3 судді з кожного суду)	Суддя, що розглядає справу (навчання не проводилось, навички інтуїтивно)
Роль суду	Інформування про процедуру, де знайти медіаторів; роз'яснення відмінностей мирової з/ без медіації.	Обов'язкове інформування про медіацію та проект; розпізнавання медіабельних справ.	Обов'язкове інформування про проект.
Чинники, що позитивно вплинули на лояльність судді до проектів	Нааявність медіаторів у регіоні; обізнані адвокати спонукали сторони до медіації	Тренінг з медіації від іноземних суддів-медіаторів, навчання адвокатів	Окремі судді брали участь в закордонних ознайомчих візитах; відсутність звукозапису під час процесу примирення; молоді прогресивні судді

Говорити про те, що термін «медіація» відсутній у законодавстві України не варто, адже на сьогодні правові акти містять цей термін, серед них: Закон України «Про безоплатну правову допомогу», Концепція

розвитку кримінальної юстиції щодо неповнолітніх в Україні, схвалена указом Президента України від 24 травня 2011 року № 597/2011 тощо. Але дуже шкода, що жоден із цих нормативних документів не містить основних положень, які б регулювали процес медіації, права і обов'язки сторін та статус медіатора.

Підсумовуючи викладене вище, може зауважити, що більшість альтернативних процедур є переважно примирливими. Поряд з арбітражем основні процедури примирення (переговори і медіація) займають центральне місце в системі альтернативного вирішення спорів і займають важливе місце у становленні такої форми захисту прав, свобод і законних інтересів суб'єктів суспільних відносин в публічному управлінні. Цим багато в чому пояснюється необхідність активного використання процедур примирення в адміністративному судочинстві під час вирішення публічно-правових спорів, за умови їх якісної законодавчої регламентації як на рівні окремих законів, так і кодифікованих актів. Тому з впевненістю можна констатувати вкрай важливе впровадження та створення правового механізму регулювання інститутів «альтернативних способів врегулювання спорів».

1. Бережна І. Сумна доля альтернативних методів вирішення спорів в Україні. Ліга.Блоги : вебсайт. URL: <http://blog.liga.net/user/berezhnaya/article/2073.aspx> (дата звернення: 08.03.2021). 2. Гасс ІІІ. Деякі спостереження щодо незалежності суду, як вона презентована у міжнародних документах та досвіді. *Вісник Центру суддівських студій*. 2007. № 10. С. 25–32. 3. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу : Закон України від 18 березня 2004 року. *Офіційний вісник України*. 2004. № 15. С. 1028. 4. Коссак В. Альтернативне вирішення спорів як спосіб захисту порушених прав. *Перспективи застосування альтернативних способів вирішення спорів (ADR) в Україні* : матеріали Другого Львівського міжнародного форуму, м. Львів, 26–29 травня 2009 р. Львів : Львівський державний інститут новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола, 2009. 221 с.

Тихончук Л. Х., д-р. держ. упр., доцент, **Кичан А.**, студентка
(Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ З НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

Державна служба України із надзвичайних ситуацій (далі ДСНС) є центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики в сферах цивільного захисту, захист населення і територій від надзвичайних ситуацій та запобігання їх виникненню, ліквідацію надзвичайних ситуацій, рятувальної справи, гасіння пожеж, пожежну та техногенну безпеку, діяльність аварійно-рятувальних служб, профілактику травматизму не виробничого характеру, а також гідрометеорологічної діяльності [1].

Одним із важливих аспектів у діяльності ДСНС є налагодження міжнародного співробітництва, адже Україна як європейська держава здійснює відкриту зовнішню політику і прагне рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма зацікавленими партнерами, виходячи передусім із необхідності гарантування безпеки, суверенітету та захисту територіальної цілісності.

Нормативно-правову базу у здійсненні міжнародної діяльності складають Міжнародні Угоди, Конвенції, Хартії, Меморандуми тощо.

Серед пріоритетних напрямів реалізації міжнародної діяльності можна виділити такі:

- створення договірно-правової бази з питань спільного попередження і ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій на двосторонній і багатосторонній основах;
- налагодження механізмів взаємодії зі структурами інших держав і міжнародних організацій, що відповідають за попередження і ліквідацію наслідків надзвичайних ситуацій, відпрацювання спільних планів і механізмів реалізації домовленості про дії у випадку природних та техногенних катастроф;
- налагодження обміну інформацією і досвідом з відповідних проблем [2].

У рамках міжнародної діяльності ДСНС України здійснює двостороннє співробітництво у сфері цивільного захисту з відповідними органами влади та регіональними службами із надзвичайних ситуацій іноземних держав відповідно до положень 23 міжурядових Угод, 7 Меморандумів про взаєморозуміння і Спільних декларацій про наміри. Успішно налагоджена співпраця з такими країнами: Республіка Польща, Республіка Білорусь, Словацька Республіка, Сполучені Штати Америки, Угорська Республіка, Республіка Молдова, Естонська Республіка, Литовська Республіка,

Федеративна Республіка Німеччина, Швейцарія, Грецька Республіка, Китайська Народна Республіка [3].

У рамках європейської інтеграції ДСНС України є основним бенефіціаром Проекту ЄС "Програма з попередження, готовності та реагування на катастрофи природного та техногенного характеру для країн Східного партнерства" (далі - Програма ЄС "PPRD East II").

Метою зазначеної Програми є посилення і розвиток потенціалу країн-учасниць Східного партнерства у сфері цивільного захисту шляхом залучення експертної та технічної підтримки ЄС [2].

Варто також відзначити, що Україна бере активну участь у наданні допомоги країнам постраждалим від надзвичайних ситуацій під егідою ООН під час міжнародних пошуково-рятувальних операцій.

Важливим аспектом зовнішньополітичної діяльності ДСНС є проведення міжнародних навчань. У період з 18 по 22 червня 2019 року в Україні вперше організовано та проведено масштабні навчання "Rescue Days Ukraine 2019" з підвищення рівня професійної підготовки фахівців ДСНС до реагування на дорожньо-транспортні пригоди (на базі ГУ ДСНС України у Рівненській області) із залученням тренерів з Республіки Польща, Німеччини та Франції. У цих навчаннях взяло участь 150 українських рятувальників та були представники з іноземних держав в ролі інструкторів [4].

Також надзвичайно важливою для України у розрізі міжнародної діяльності є співпраця з міжнародними організаціями (рисуюнок):



Рисуюнок. Співпраця з міжнародними організаціями

Серед вище зазначених організацій найактивнішою є співпраця з Організацією з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ). Протягом 2017 року Координатором проектів ОБСЄ в Україні спільно із Державною службою України з надзвичайних ситуацій реалізовано проект «Підвищення спроможності України реагувати на загрози хімічної безпеки». У рамках Проекту розроблено та видано кишеньковий довідник для надання інформаційної підтримки аварійно-рятувальним підрозділам щодо

організації заходів на місці виникнення надзвичайної ситуації, пов'язаної з виливом (викидом) небезпечних хімічних речовин.

Також для покращення технічного оснащення територіальних підрозділів ДСНС у рамках проекту придбано та передано хімічний аналізатор ChemPro100i (1 комплект), кабіну для проведення спеціальної обробки (деконтамінації) особового складу аварійно-рятувальних підрозділів (1 од.) та комплекти костюмів хімічного захисту (400 комплектів).

З метою підвищення потенціалу України у галузі гуманітарного розмінування з 2016 року впроваджується спільний проєкт міжнародної технічної допомоги «Розвиток потенціалу України з протимінної діяльності»

У рамках реалізації цього проєкту ДСНС отримало технічної допомоги на суму близько 7 млн. 270 тис. грн. [5].

Надана від ОБСЄ технічна допомога сприяла переоснащенню підрозділів ДСНС сучасними технікою, засобами пошуку боєприпасів та обладнанням, підвищенню рівня захисту піротехніків під час виконання робіт із розмінування, функціонуванню системи управління інформацією у протимінній діяльності, а також проведенню навчання населення ризикам, пов'язаним із поводженням з вибухонебезпечними предметами.

Міжнародне співробітництво є важливим аспектом у діяльності ДСНС України для забезпечення захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій та запобігання їх виникненню, ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій тощо. Оскільки під час такої співпраці ми отримуємо не тільки технічно-матеріально допомогу, але й обмінюємося практичним досвідом і навичками, що підвищують професійність українських рятувальників. Міжнародне співробітництво є необхідним також з огляду на те, що наслідки від надзвичайних ситуацій чи стихійних лих зазвичай не обмежуються тільки національними кордонами, а можуть становити небезпеку для усього світу.

1. Положення про Державну службу України з надзвичайних ситуацій : Постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1052. ДСНС : вебсайт. URL: <https://www.dsns.gov.ua/ua/Polozhennya.html> (дата звернення: 25.03.2021).
2. Міжнародна діяльність ДСНС України. ДСНС : вебсайт. URL: <https://www.dsns.gov.ua/ua/Mizhnarona-diyalnist.html> (дата звернення: 25.03.2021).
3. Двостороннє співробітництво. ДСНС : вебсайт. URL: <https://www.dsns.gov.ua/ua/Dvostoronne-spivrobitnictvo.html> (дата звернення: 27.03.2021).
4. Міжнародні навчання. ДСНС : вебсайт. URL: <https://www.dsns.gov.ua/ua/Mizhnarodni-navchannya.html> (дата звернення: 28.03.2021).

Тихончук Л. Х., д.держ.упр., доцент, **Кондратюк О. І.**, к.е.н., асистент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

РОЛЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ДОСЯГНЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В розвинутих країнах світу публічне управління відіграє вагомий роль при реалізації основних функцій держави, перш за все в регулюванні економіки. Стан економіки, рівень її розвитку та ефективність безпосередньо залежать від спроможності державної влади управляти виробництвом і обігом виробленої продукції. У високорозвиненій ринковій економіці механізм публічного управління – це оптимальне поєднання засад притаманних товарному виробництву (конкуренція, попит і пропозиція, вільне ціноутворення), цілеспрямованої політики державного регулювання економічних процесів та публічно-приватного партнерства, що в сукупності створює основу для економічного розвитку країни в цілому та забезпечення її економічної безпеки.

В науковій літературі немає єдиного визначення поняття «економічна безпека суб'єктів підприємницької діяльності», але найчастіше воно розглядається як рівень захищеності всіх видів потенціалу підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз. При цьому розглядають різноманітні чинники, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємства, і ключову роль серед них відіграє державне економічне регулювання його діяльності. Держава гарантує свободу підприємництва і його державну підтримку, що полягає у захисті власного товаровиробника, регулюванні державної податкової політики, сприянні виробництву, державному замовленні на товари, які фінансуються за рахунок бюджету, забезпечення правової основи діяльності підприємств в цілому.

Говорячи про публічне управління в економічній сфері України, необхідно враховувати те, що трансформаційні процеси тут набули затяжного, хронічного та перманентного характеру, спричиняючи існування певних інституційних деформацій, що виступають деструктивними чинниками як в економіці, так і в сфері управління (тіньова економіка, олігархічна монополізація, корупція тощо). Тому негайне реформування публічного управління, пошук його нових методів та інструментів складає головне завдання досягнення безпеки та стабільного розвитку економіки держави.

На жаль, дуже часто замість того, щоб виступати гарантом безпечних умов для підприємницької діяльності, нівелювати вплив зовнішніх загроз та дезорганізаційних чинників, державне управління в Україні виявляється непослідовним, носить декларативний характер та навпаки сприяє поглибленню кризових явищ на конкретних підприємствах та в економіці

країни в цілому.

Дуже часто формування системи оподаткування, проведення антимонопольної та інвестиційної політики, регулювання інноваційних процесів відбувається непослідовно та безсистемно, створюючи загрози для більшості суб'єктів підприємницької діяльності та підриваючи національну економічну безпеку держави в цілому. Суб'єкти підприємницької діяльності сам на сам залишаються з проблемами високих податкових ставок та відсутністю податкових пільг, з дефіцитом платіжних засобів та з недостатнім платоспроможним попитом, з високим рівнем інфляції та коливанням валютних курсів, з відсутністю субсидій і дотацій для підвищення технічного рівня виробництва та низьким розвитком інновацій. Особливо актуальними є проблеми, пов'язані з військовими діями на певних територіях держави та з пандемією коронавірусу, що паралізувала значну частину господарства країни, і ефективне вирішення яких лежить за межами окремо взятого підприємства і покладається на органи державного управління.

Відновити довіру до інститутів управління економікою з боку громадян, суб'єктів підприємницької діяльності та досягти підвищення інвестиційної привабливості, можна лише подолавши нашарування старих і нових інститутів в управлінні економікою, приведення їх до сучасних вимог з орієнтацією на потреби малого та середнього бізнесу, на побудову ефективної виробничої та соціальної інфраструктури тощо.

Так чи інакше діяльність усіх суб'єктів господарювання відчуває прямий або опосередкований вплив з боку органів влади. Економічна безпека суб'єктів підприємницької діяльності зазнає як позитивних, так і негативних наслідків з боку державного управління. На жаль, інтереси держави і підприємств не завжди збігаються, тому надзвичайно важливою стає необхідність зміцнити економічну безпеку суб'єктів підприємницької діяльності в процесі публічного управління. Адже економічна безпека підприємства є основою національної безпеки держави.

Перелік державних установ, що покликані створювати умови безпечного функціонування підприємств, досить широкий:

- законодавчі органи, що відповідають за прийняття законів, створення правової бази діяльності на рівні держави, регіону та населених пунктів;
- виконавчі органи влади, що здійснюють безпосередній вплив на діяльність підприємства;
- судові органи, що забезпечують дотримання законних прав підприємства і його працівників;
- державні інститути, що здійснюють охорону кордону, митний, валютно-експортний, податковий контроль та ін.;
- правоохоронні органи, що ведуть боротьбу з правопорушеннями і злочинами.

Крім цього, в окрему підгрупу слід виокремити державні установи та організації, що відповідають за створення економічних умов

господарювання: комітет з питань регуляторної політики і підприємництва; державна податкова служба; фонд державного майна; Національний банк України; відділення служб із захисту прав споживачів; Антимонопольний комітет; установи з регулювання фондового ринку країни та інші.

Україні необхідно провести цілеспрямовану роботу щодо виходу з економічної кризи, запобіганню реальних загроз, боротьби з корупцією, кримінальними елементами в економіці. У цьому зв'язку дуже важливо не тільки розуміння сутності економічної безпеки на всіх рівнях, а й конкретних дій управлінських структур щодо наближення рівня економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності України до європейського рівня, що сприятиме становленню сприятливого інвестиційного клімату в країні та зростання рівня національної економіки.

Відсутність власної моделі перебудови національної економіки і її ідеологічного обґрунтування, корумпованість чиновників та низька компетентність управлінського апарату, високий ступінь впливу лобістських угруповань на прийняття державних рішень та інші проблеми потребують нагального вирішення, оскільки визначають низьку ефективність системи державного управління та необхідність її повного реформування та докорінного оновлення.

Ефективне виконання завдань, поставлених перед державними та місцевими органами влади, забезпечення прозорих конкурентних умов підприємницької діяльності, оптимізація податкового тиску й підтримка виробників при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності є передумовою досягнення економічної безпеки кожного окремого підприємства, що в свою чергу є основою національної безпеки держави.

1. Малий І. Й. Королук Т. О. Інформатизація суспільства та публічне управління економічною безпекою. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5–6. С. 181–193. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2019_5-6_27 (дата звернення: 21.03.2021).
2. Сосновська І. М. Поняття та значення економічної безпеки виробничо-господарської діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4303> (дата звернення: 21.03.2021).
3. Строцький Р. Є. Публічне управління у сфері економіки. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Сер. Юридичні науки*. 2015. № 824. С. 106–124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpurn_2015_824_19 (дата звернення: 21.03.2021).
4. Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Литвинчук І. Л. Роль публічного управління у формуванні нової моделі державного регулювання економіки. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5375> (дата звернення: 21.03.2021).

Тихончук Л. Х., д-р. держ. упр., доцент, **Павлюк М. О.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МОБІЛЬНИЙ ЦНАП: ПРОБЛЕМАТИКА, ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ

Існують різні моделі надання адміністративних послуг. Найбільш поширеними наразі стали Центри надання адміністративних послуг – ЦНАП. Зазвичай це спеціально облаштоване приміщення, у якому є можливість отримати широкий спектр адміністративних послуг у комфортних умовах. Проте коли йдеться про надання послуг у громадах, які включають багато населених пунктів, то єдиний офіс ЦНАП не завжди буде достатнім рішенням. Крім набору послуг і комфорту, важливим є питання територіальної доступності. Тут може бути корисним досвід програми "U-LEAD з Європою", яка у співпраці з Славутською громадою запустила перший в Україні мобільний ЦНАП. Відкриття першого мобільного ЦНАПу в Славуті можна побачити на рисунку.



Мобільний ЦНАП – це спеціально обладнаний транспортний засіб, у якому облаштовані два повноцінні робочі місця для надання адміністративних послуг.

Актуальність питання мобільного ЦНАП зумовлена саме реформою децентралізації. Об'єднані територіальні громади нерідко мають у своєму складі десятки віддалених населених пунктів. У сукупності з непростим сполученням громадським транспортом, з браком ресурсів та доцільності утримання постійних точок доступу до послуг (звичних віддалених робочих місць ЦНАП у приміщеннях), у цих населених пунктах потрібно впроваджувати різні альтернативи. Одним з рішень, яким дуже цікавляться громади, є мобільний ЦНАП. З правової точки зору, це мобільне/пересувне віддалене робоче місце адміністраторів у спеціально обладнаному

транспортному засобі. Поки що в Україні ще мало досвіду про те, як правильно організувати і нормативно забезпечити роботу такого мобільного ЦНАП. Також актуальність зумовлена й тим, що, поряд з очевидним соціальним і політичним ефектом роботи мобільного ЦНАП, потрібно зважати на інституційні та фінансові можливості для організації та забезпечення його роботи.

Передумовами для використання мобільного ЦНАП є велика кількість населених пунктів у складі ОТГ, з невеликою кількістю мешканців у таких населених пунктах. При цьому, для ефективної роботи мобільного ЦНАП та опрацювання справ бек-офісом, потрібно мати належний стаціонарний ЦНАП у центрі громади. У переліку послуг мобільного ЦНАП повинні бути саме ті послуги, що найбільше потрібні для мешканців відповідних сіл. У випадку громад навколо Славути це – послуги соціальної сфери, а також послуги реєстрації нерухомості тощо. Має бути детально розроблений і затверджений графік виїздів та маршрути для мобільного ЦНАП. Окремим документом або частиною Регламенту ЦНАП можуть бути Правила використання мобільного ЦНАП. Якщо, крім обслуговування всередині транспортного засобу, ще здійснюється надання адмінпослуг вдома у суб'єктів звернень (формат «виїзного адміністратора», який теж реалізований у мобільному ЦНАП Славути), то і цей тип обслуговування має бути додатково належно регламентований: підстави та умови, визначені відповідні групи громадян, особливості надання послуг тощо.

Мобільний ЦНАП, (переобладнаний транспортний засіб типу «комерційний фургон»). Всередині комфортно можуть розміститися три відвідувачі, серед яких – особа з інвалідністю на візку. Кожен автомобіль має два робочих місця, обладнаних комп'ютерною технікою, програмним забезпеченням, портативним сервером та доступом до мережі інтернет; два мобільні кейси – мобільний кейс- ЦНАП і кейс для енергоаудиту; відеоспостереження; GPS навігацію; два види автономного опалення, вентиляцію, кондиціонер, підключення до зовнішніх джерел енергії, автономний санвузол із гарячою та холодною водою, мобільний ліфт-пандус для осіб з інвалідністю та маломобільних верств населення та зону очікування. Також у мобільних ЦНАПах передбачені дистанційні робочі місця для фахівців пенсійного фонду, юстиції, соціального захисту, ДСНС та інших служб.

Порівнюючи з практиками інших країн в облаштуванні мобільних ЦНАП, рішення щодо першого мобільного ЦНАП в Україні для міста Славути є одним із найкращих з точки зору ергономічності, функціональності та комфорту.

З мобільним центром надання адміністративних послуг треба подбати про його безпеку (гараж, охорона), а також водія (водіїв). Використання мобільного ЦНАП лише на основі незавершеного механізму міжмуніципального співробітництва є ризикованим. Мобільний ЦНАП більш виправданий для вже утвореної ОТГ з відповідними передумовами.

Також є проблеми в організації надання адмінпослуг соціальної сфери для мешканців сільських територій. Це відбувається через особливості взаємодії з райдержадміністраціями та Управлінням соціального захисту населення. На ефективність роботи мобільного ЦНАП також впливають стан доріг та якість інтернет-покриття, яке потрібне для роботи в державних реєстрах.

1. Як створити належний ЦНАП. ЦНАП.U-Lead : вебсайт. URL: https://tsnap.ulead.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/resume_A4_TSNAP_for-web.pdf (дата звернення: 21.03.2021). **2.** Загальна характеристика ЦНАПів. cnap.in.ua : вебсайт. URL: http://cnap.in.ua/wp-content/uploads/2018/04/TSNAPs_manual-printed_final_2018.pdf (дата звернення: 21.03.2021). **3.** Мобільні ЦНАПи. Децентралізація : вебсайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9703> (дата звернення: 21.03.2021).

Тихончук Л. Х., д.держ.упр., доцент, **Сайчишина С.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я РІВНЕНЩИНИ

Міжнародне співробітництво України у сфері охорони здоров'я, як і в будь-якій іншій сфері має свою історію розвитку. Охорона здоров'я це один із найважливіших напрямів державної діяльності. Суспільство і держава відповідальні перед сучасним і майбутніми поколіннями за рівень здоров'я і збереження генофонду народу, забезпечують пріоритетність охорони здоров'я в діяльності держави. Державна політика в сфері охорони здоров'я повинна бути спрямована на реалізацію положень Конституції та законів України щодо забезпечення доступної кваліфікованої медичної допомоги кожному громадянину України, запровадження нових ефективних механізмів фінансування та управління у сфері охорони здоров'я, створення умов для формування здорового способу життя.

Одною із найважливіших складових міжнародного співробітництва в даній сфері є співробітництво з Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ). Завдання даного співробітництва полягає в забезпеченні насамперед конституційного права кожного громадянина України на охорону здоров'я. Особливо важливе значення таке співробітництво має в умовах сьогодення.

Аналітика 2020 року вказує на те, що українці живуть на 9 років менше, ніж громадяни ЄС – середня очікувана тривалість життя при народженні в Україні 72 роки, в той час, коли у країнах ЄС середня очікувана тривалість життя при народженні становить 81 рік. Україна займає перше місце в Європі по поширеності катастрофічних витрат, які пов'язані зі здоров'ям і які призводять до збіднення родин пацієнтів. Також має один з найгірших у світі показників вакцинації дітей, наприклад, рівень охоплення вакцинами від поліомієліту у 2018 році складав лише 69%.

Дані показники вказують на те, що Україна потребує трансформації системи охорони здоров'я. Мета цієї трансформації полягає у забезпеченні громадян України рівного доступу до якісних медичних послуг. У результаті трансформації система охорони здоров'я повинна бути зорієнтована саме на пацієнта. Для успішної трансформації системи управління охороною здоров'я важлива співпраця з відомими міжнародними організаціями, що працюють у сфері медичного забезпечення. Україна є учасником міжнародного співробітництва у сфері охорони здоров'я, членом Всесвітньої організації охорони здоров'я та інших міжнародних організацій. При цьому в обов'язки держави-члена входить: гарантування зазначеним організаціям належних умов діяльності на території України, сприяння розширенню і поглибленню участі України

у заходах, що ними проводяться; участь у виконанні міжнародних програм; сприяння професійним та науковим контактам працівників охорони здоров'я, обміну методами і технологіями стосовно лікування хворих, експорту та імпорту медичного обладнання; провадження діяльності щодо направлення хворих громадян України для лікування за кордон у разі .

Заклади охорони здоров'я, громадяни та їх об'єднання мають право відповідно до законодавства самостійно укладати договори (контракти) з іноземними юридичними і фізичними особами щодо різних форм співробітництва, брати участь у діяльності відповідних міжнародних організацій, провадити зовнішньоекономічну діяльність. Зокрема, Рівненська область входить до складу учасників Проекту з субпроектом "Підвищення ефективності лікування та профілактики хвороб системи кровообігу в Рівненській області на період з 2015 по 2020 роки". До реалізації проекту в регіоні залучені: центри первинної медикосанітарної допомоги (ЦПМСД), центральні (міські та районні) лікарні, обласна клінічна лікарня, обласний інформаційноаналітичний центр медичної статистики, центр здоров'я. Кошти проекту світового банку будуть спрямовані як поліпшення матеріальної бази системи охорони здоров'я в регіоні.

Рівненська обласна клінічна лікарня співпрацює з потужною фінансовою інституцією Світовим банком – фінансовою інституцією, що здійснює інвестиційно-фінансову діяльність в усьому світі. Банк розробляє стратегії допомоги для кожної зі своїх країн-клієнтів у співробітництві з державними органами, неурядовими організаціями й приватним сектором. Інвестування в розвиток людських ресурсів шляхом удосконалення систем охорони здоров'я, концентрація зусиль в соціальному розвитку, зміцнення здатності урядів надавати якісні послуги, забезпечення ефективності й прозорості їхньої діяльності, охорона довкілля, підтримка реформ, спрямованих на макроекономічну стабілізацію, що забезпечує умови для інвестицій і довгострокового планування – це ті цілі які ставить перед собою Світовий банк у цій сфері.

У рамках реалізації проекту Світового банку та Міністерства охорони здоров'я «Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей» для Рівненської області закупили 18 нових швидких марки «Сітроен». 16 із них – для районних лікарень, ще по одному – для обласної та міської клінічної лікарень. Працівники, як обласної так і міської, лікарень, особливо кардіологічне відділення постійно удосконалюють свої знання та навички на міжнародних кардіологічних конгресах та майстер-класах в Україні та за кордоном.

Міжнародне співробітництво відіграє важливу роль у медицині. Насамперед, це дуже велика гуманітарна допомога. Перспективи в даній сфері будуть можливими при підтримці керівництва регіону та лікувальних закладів, якщо будуть працювати спеціалісти-лікарі, які хочуть досягти більшого в житті, в яких є мотивація й стимули

удосконалювати медицину в Україні та досягати нових висот. Держава повинна сприяти молодим спеціалістам у їх медичному розвитку. Необхідно розвивати різноманітні проекти, гранти, конкурси для того, щоб давати можливість молодим лікарям брати участь у міжнародних конференціях та переймати досвід інших, адже саме молоде покоління лікарів більш самостійне й готове до міжнародної співпраці завдяки володінню іноземними мовами та амбіціями.

1. Воробйов Є. М. Глобалізація системи охорони здоров'я. *Науковий вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2017. Вип. 25. Част. 1. С. 22–25. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_25/1/6.pdf (дата звернення: 17.03.2021).
2. Медична реформа. Урядовий портал: вебсайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/rozvitok-lyudskogo-kapitalu/reforma-sistemi-ohoroni-zdorovya> (дата звернення: 17.03.2021).
3. Міністерство охорони здоров'я України: вебсайт. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/rivnenschina-otrimala-18-novih-shvidkih-u-ramkah-proektu-svitovogo-banku> (дата звернення: 17.03.2021).
4. Сазонец І. Вдосконалення системи управління охороною здоров'я в Рівненській області на основі впровадження проекту світового банку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2018/10.pdf (дата звернення: 17.03.2021).
5. Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей. Спільний зі світовим банком проєкт МОЗ України: вебсайт. URL: <https://wb.moz.gov.ua/pro-proekt.html> (дата звернення: 17.03.2021).

Тихончук Л. С., д.держ.упр., доцент, **Сиротюк О. В.**, студент
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕДУРИ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ КРЕДИТОРІВ І БОРЖНИКІВ

Дякуючи нашому законодавчому органу – Верховній Раді України, яка не прийняла проект закону № 2131-1 від 16 вересня 2019 року про відстрочку введення Кодексу України з процедур банкрутства, з 21 жовтня 2019 року українці мають нові правила й порядок відновлення платоспроможності та банкрутства встановлених цим Кодексом. В свою чергу, від Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника та визнання його банкрутом» залишилися лише спогади під час санації у відповідності до пункту 4 Прикінцевих та перехідних положень нового Кодексу [1].

Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» містив деякі положення, які могли бути розцінені як дискримінаційні, оскільки не забезпечували необхідного рівного ставлення, реального механізму втілення принципу рівності усіх форм власності. Зокрема, йде мова про деякі категорії підприємств, які відповідно до чинного законодавства України не могли бути визнані банкрутами та не були включені до кола суб'єктів, які підлягали банкрутству. А це, у свою чергу, грубо порушувало один з фундаментальних принципів не лише законодавства ЄС про банкрутство, а і конкуренції в умовах ринкової економіки загалом – рівноцінного правового статусу усіх учасників ринку та рівного застосування законодавства, що витікають із принципу рівності усіх форм власності.

Наприклад, характеризуючи в загальному вигляді спрямованість французького законодавства про неспроможність, дослідники відмічають: «На даний момент основними цілями французького законодавства про неспроможність являються, по-перше, збереження діючих підприємств як бізнесу; по-друге, збереження робочих місць; по-третє, задоволення вимог кредиторів» [3].

Кодекс України з процедур банкрутства, який майже всі спеціалісти галузі називають «прокредиторським», передбачає цілий ряд позитивних змін, направлених, у першу чергу, на захист прав кредиторів та на покращення кредитного клімату в країні.

До мінімуму було зведено підстави для порушення судом справи про банкрутство. Щодо інших нововведень у процедурах банкрутства в Україні, варто відмітити незначне зменшення строків підготовки, а також значне обмеження строку процедури ліквідації боржника, яка тепер не може перевищувати один рік.

Наразі процедуру санації, на відміну від старого Закону, взагалі не обмежили строком. Сама процедура санації, у відповідності до частини 1 статті 50 Кодексу, може початися тільки після затвердження судом схваленого, у встановлений порядок, всіма запровадженими класами конкурсних кредиторів плану санації. Що на відміну від старого Закону, а саме статті 29, якою надавався трьох місячний строк на схвалення

комітетом кредиторів та подачу до суду арбітражним управляючим плану санації, на мою думку є дуже правильним наведенням, що зможе пришвидшити та зробить запуск санації більш продуктивним.

Кодексом України з процедур банкрутства збільшено повноваження суду в процедурі банкрутства, тепер суд, у провадженні якого знаходиться справа про банкрутство, розглядає всі майнові спори, стороною в яких є боржник, а також усі спори щодо майна боржника.

При введенні процедури розпорядження майном, значно звужені права керівництва боржника: багато із раніше дозволеного тепер заборонено, а всі інші дії вони мають узгоджувати із арбітражним керуючим.

Також запроваджена автоматизація включення усіх кредиторів до комітету, у разі якщо кількість їх не перевищує сім осіб.

Кодекс обмежує строки мораторію для кредиторів із забезпеченими вимогами, вони автоматично припиняються після спливу піврічного строку з моменту введення процедури розпорядження майном.

Арбітражних керуючих позбавлено від непотрібного рудименту – первинного обов'язкового продажу цілісного майнового комплексу, в свою чергу, тепер продаж відбувається тільки за згодою кредиторів на аукціоні через електронну систему торгів [2]. Крім того, щодо арбітражних керуючих, варто відмітити, що наразі, нове законодавство встановлює, що для подання заяви про відкриття процедури банкрутства необхідно авансувати арбітражному керуючому його винагороду в розмірі трьох мінімальних заробітних плат.

Новими правилами ініціювання та супроводу процедури банкрутства в Україні було звужено перелік судових рішень, які можуть бути оскаржені в касаційному порядку, надано кредиторам більше прав у прийнятті ряду рішень по супроводу процедури. Ці нововведення в першу чергу повинні сприяти прискоренню судового розгляду справ про банкрутство, в т.ч. оскільки у недобросовісних боржників буде відсутній такий інструмент затягування процесу, як можливість необґрунтованого касаційного оскарження тих чи інших судових рішень апеляції.

Банкрутство – це спосіб для ринку позбавитися від неприбуткового підприємства, яке вже не здатне повноцінно функціонувати як господарюючий суб'єкт. Це нова можливість перезапустити таке підприємство й розпочати новий бізнес із новою силою, перспективніший, рентабельніший, успішніший, базою для якого буде збережене майно.

1. Застосування норм кодексу України з процедур банкрутства. Збірка наукових статей. / за заг. ред. д.ю.н., судді Верховного Суду С. В. Жукова. Київ : Алерта, 2019. 216 с. 2. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 31. с. 440. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2343-12/page> (дата звернення: 21.03.2021). 3. Кодекс України з процедур банкрутства. *Відомості Верховної Ради*. 2019. № 19. с.74. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text> (дата звернення: 21.03.2021). 4. Коммерческий кодекс Франции / предисл., пер. с фр., допол., словарь справ. и комм. В. Н. Захватаева. Москва : Wolters Kluwer, 2008. 1272 с.

Харчук В. Ю., студентка

Науковий керівник: Якимчук А. Ю., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АДАПТАЦІЯ ПОЗИТИВНОГО ДОСВІДУ КИТАЮ У СИСТЕМУ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ УКРАЇНИ

Державне регулювання соціально-економічного розвитку країни є істотною ознакою сучасної ринкової економіки змішаного типу. Розумний симбіоз ринкових і державних регуляторів дає можливість реалізувати соціально-економічні цілі розвитку суспільства, досягати високої ефективності виробництва, стабільного економічного розвитку, забезпечувати соціальну справедливість.

Вражаючий досвід стрімкого економічного зростання КНР за останні кілька десятиліть, багато в чому, завдяки чіткій системі стратегічного управління потребує ретельного дослідження з погляду можливостей адаптації в умовах сучасної України.

З часу утворення Китайської Народної Республіки стратегічне управління стало однією із головних складових державного управління. Початком впровадження відповідної практики вчені вважають "Промисловий план Сунь Ятсена". Побудувати новий сильний Китай можна лише за умови виховання високого морального духу, адже держава, переконував Сунь Ятсен, – це сукупність людей, люди – це носії морального духу, а державні справи – це, передусім, прояв морального духу конкретного людського колективу. Тому успіх або невдача в політиці залежать від морального стану людей. Тільки впевненість у здійсненні задуманого, доводив мислитель, увінчається успіхом, навіть тоді, якщо для цього доведеться перевернути гори або засипати море [1, с. 146]. На переконання Сунь Ятсена, саме людській психіці належить велика роль. Вона дійсно є джерелом будь-якої справи. "Психологічна, духовна підготовка діяльної нації, зазначав він, – основна запорука швидкого перетворення Китаю на передову й могутню державу. Це шлях до світлого царства миру та радості для народу" [1, с. 147].

Накладаючи дану думку на Україну, то слід сказати, що необхідно підняти моральний дух українців, які вже вневажились зневірились у будь-яких політиках, їхніх реформах кампаніях, особливо у їхніх пустих промовах. Це буде першим важливим кроком на шляху завоювання довіри народу, яка була втрачена з початком незалежності і до тепер.

Система реформування Китаю була особлива з урахуванням національного менталітету, а також спрямована на кадрове оновлення системи публічного управління.

У Китаї основні напрямки сучасних політико-адміністративних реформ були спрямовані на:

- скорочення чисельності складу державного апарату;

- реорганізація структури Державної ради;
- нова ефективна кадрова політика підбору, підготовки, виховання та розставляння кадрів [2, с. 207].

Першочерговим в ході китайських політико-адміністративних реформ стала кількісна та якісна реструктуризація виконавчих органів держави відповідно до якого кількість його відомств скорочено до 25.

Наступним етапом реформування було скорочення кількості державних службовців, Постійним комітетом ВЗНП в 2005 р. Закону про державну службу [3] були введені звичайні і періодичні (щорічні) перевірки державних службовців, відповідно до яких чиновники оцінюються за чотирибальною шкалою: «відмінно», «компетентний», «в цілому компетентний» і «не компетентний».

Навідміну від Китаю в Україні наших політиків тільки “лякають” розпуском парламенту, знову одні пусті обіцянки. Ніхто не скористався даною привілеєю державних можливостей. У політиків немає відчуття відданості народу, на жаль, тільки відчуття наживи, за що українці потерпають від влади, їдуть на заробітки, взагалі відмовляються від громадянства, збільшується злочинність.

Китай як держава, для якої характерний авторитарний тип політичного устрою, переслідує інші, опосередковані інституційним середовищем, цілі політико-адміністративних реформ. Порівняно із західним світом для Китаю першорядне значення має збереження політичної стабільності та контролю партії, а не ефективність системи державного управління, на досягнення якої орієнтований новий державний менеджмент. Цей факт установлює обмеження на адміністративні перетворення, які можуть проходити тільки в рамках сформованої політичної системи у разі збереження значної частки державного втручання [4; 5].

Таким чином, основними етапами політико-адміністративного реформування були спрямовані на кадрові трансформації системи публічного управління та впровадження певних бізнес-механізмів в систему публічного управління.

Підсумовуючи все вище сказане, хочеться згадати прислів'я: “риба гние з голови, а чистять її з хвоста”, що роблять в Україні автоматично, ніхто не хвилюється за народ, за майбутнє нації, всім треба тимчасова влада і обов'язково в цей період максимальна нажива з громадян. Щодо Китаю, то не дивлячись на те, що він особливо хвилюється на стабільність партії та держави, все таки вони руйнують класові нерівності, розвивають економіку, підіймають моральний дух свого населення. Україні потрібно повчитися берегти своє, Китай не дивлячись на велику кількість населення для своєї території, з популярністю малої заробітної плати для громадян, все таки змогли підняти економіку, стати провідним світовим лідером які не тільки змагаються з доларом США, а навіть перемагають його, більшість політиків, зірок шоу-бізнесу та простих громадян визнають лідерство за Китаєм.

1. Сунь Ятсен. Духовное строительство (Учение Сунь Вэня) (1918 г.). Избранные произведения. Москва : Наука, 1985. С. 145–248.
2. Шарий В. І., Черевко О. В., Мойсієнко В. М. Теорії, технології та особливості реалізації адміністративних реформ у стрижневих країнах світу : монографія. Черкаси, 2017. 316 с.
3. The Civil Servant Law of the People's Republic of China. asianlii.org: вебсайт. URL: <http://www.asianlii.org/cn/legis/cen/laws/tcs/lotproc462> (дата звернення: 18.08.2017).
4. Дубровин Ю. И. Современные административно-государственные реформы в ведущих странах Европейского Союза. Москва : социал.-полит. Мысль, 2008. С. 200–218. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2009-04-023-dubrovin-yu-i-sovremennye-administrativno-gosudarstvennye-reformy-v-veduschih-stranah-evropeyskogo-soyuza-m-sotsial-polit-mysl/viewer> (дата звернення: 16.05.2017).
5. Сивинцева О. В. Инструменты NPM в институциональной среде современного Китая. *Ars Administrandi*. 2013. № 4. С. 89–101. URL: http://ars-administrandi.com/article/Sivinceva_2013_4.pdf (дата звернення: 12.01.2017).

Чубок Т. О., студентка

Науковий керівник: Тихончук Л. Х., д.н.держ.упр., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ПУБЛІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

У сучасній Україні культура, як і інші сфери життя, підпадає під опіку держави. Правові засади діяльності у сфері культури регулюються Законом України «Про культуру», а культура визначається як «сукупність матеріального і духовного надбання певної людської спільноти (етносу, нації), нагромадженого, закріпленого і збагаченого протягом тривалого періоду, що передається від покоління до покоління, включає всі види мистецтва, культурну спадщину, культурні цінності, науку, освіту та відображає рівень розвитку цієї спільноти» [1].

Діяльність органів влади, що опікуються сферою культури України та регулюють міжнародні аспекти публічної діяльності (рисунок) спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України.

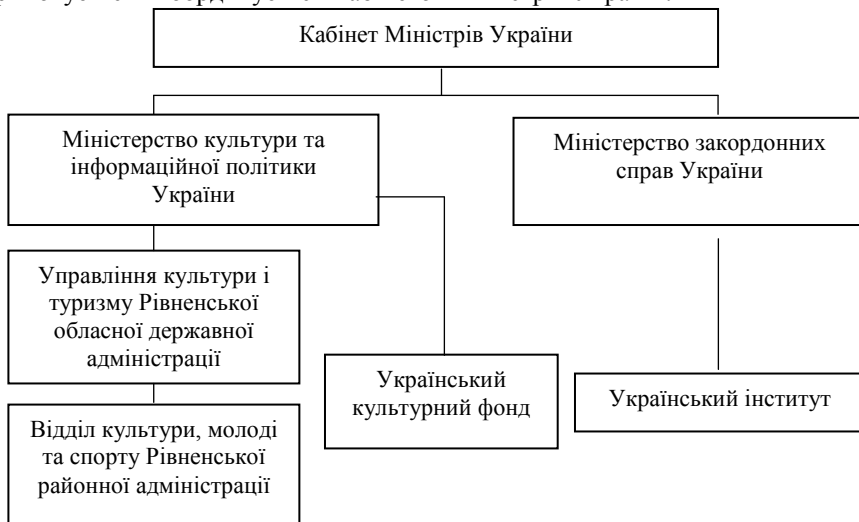


Рисунок. Державне регулювання міжнародної діяльності у сфері культури (на прикладі м. Рівне)

Таким чином, центральним виконавчим органом влади, що опікується сферою культури є Міністерство культури та інформаційної політики України (МКІП) [2].

Державною установою, діяльність якої спрямована на комплексну репрезентацію України у світі засобами культурної дипломатії є «Український інститут». Інституція розвиває культурні зв'язки між

Україною та іншими країнами та формує позитивний імідж України за кордоном. Інститут був заснований КМУ у 2017 році та належить до сфери управління Міністерства закордонних справ. Серед основних завдань Українського інституту:

- Підвищення впізнаваності України у світі через поширення знання про Україну.
- Популяризація української мови та культури за кордоном.
- Розбудова міжнародного діалогу через підтримку міжнародних обмінів, забезпечення участі України у проєктах співпраці в галузі креативних індустрій, культури, освіти, науки, економіки та інших сферах.
- Поширення українського досвіду розвитку громадянського суспільства, державотворення, відданості цінностям свободи, демократії, національної єдності [3].

Впродовж 2017–2018 рр. було сформовано короткострокову стратегію роботи, визначено основні напрями проєктної діяльності і змістові критерії проєктів та сформовано річний план заходів. У 2019 році – в перший фактичний рік роботи – Український інститут реалізував 84 проєкти у 12 країнах світу. Вдалось залучити близько 100 тис. учасників та відвідувачів і охопити понад 10 млн. контактів через медіа та соціальні мережі [3].

Варто відзначити, що окрім вищезазначених установ, просуванням української культури у світі займається Олена Зеленська. Україна запустила вже понад сім аудіогідів у всесвітньо відомих музеях різних країн. «Переоцінити важливість проєкту із запуску аудіогідів неможливо. Адже він не тільки про зручність, він – про поширення нашої рідної мови у світі. Про те, щоб голос України звучав у найвидатніших світових пам'ятках», – наголосила перша леді на щорічній нараді послів [4].

Що стосується регіонального та місцевого рівнів, то забезпечення реалізації державної політики в галузі культури і мистецтва у регіонах покладено на Управління культури і туризму, що підзвітне і підконтрольне Міністерству культури України [5]. У межах району виконання покладених завдань у сфері здійснює відділ культури.

До завдань структурних підрозділів у сфері культури також належить сприяння міжнародному співробітництву з питань розвитку дітей та молоді, культури, туризму, охорони культурної спадщини. Таким чином, у Рівненській області традиційно відбуваються культурно-мистецькі заходи міжнародного значення. Зокрема, із залученням митців та письменників проведено низку міжнародних поетичних фестивалів, арт-семінарів, живописних пленерів, міжнародних музичних фестивалів, також здійснюється підтримка міжнародних конкурсів художньої фотографії [6].

Також Управління культури і туризму Рівненської облдержадміністрації сприяє участі народних аматорських колективів у всеукраїнських та міжнародних заходах за межами області. У рамках заходів було налагоджено співпрацю із митцями з різних країн: Чехії, Польщі, Франції,

Болгарії, Грузії, Молдові, Іспанії та ін. Варто відзначити, що Програмою розвитку культури Рівненської області на період до 2022 року передбачено налагодження дієвої співпраці із Міжнародними фондами і організаціями, творчими об'єднаннями, науковцями [6].

Одним із напрямів розвитку культури України, та й регіону безпосередньо є проєктна діяльність. Нарахована велика кількість організацій та фондів, головною метою яких є надання фінансової підтримки для розв'язання різноманітних проблем. Одним із видів такої підтримки є гранти, які є джерелом додаткового фінансування бюджетних установ. Серед українських та міжнародних організацій та фондів, що здійснюють підтримку сфери культури варто відзначити Український культурний фонд, Міжнародний фонд «Відродження», Програма House of Europe, Європейського Союзу ЕРАЗМУС+, «Креативна Європа» тощо. На Рівненщині виявлено чимало проєктів, що вже реалізовані, або ж у процесі реалізації, за грантові кошти вітчизняних фондів та організацій.

Отже, розвиток міжнародної публічної діяльності у сфері культури забезпечено центральними органами виконавчої влади та структурними підрозділами місцевих державних адміністрацій. Культурна дипломатія включає налагодження культурних міждержавних обмінів з метою популяризації української культури та мистецтва за кордоном, створення умов для доступу українців до найкращих надбань світової культури та мистецтва безпосередньо в Україні, спрямованих на формуванням позитивного іміджу країни за кордоном.

1. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011, № 24. С. 168. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2778-17> (дата звернення: 28.02.2021).
2. Міністерство культури та інформаційної політики України : вебсайт. URL: <https://mkp.gov.ua> (дата звернення: 28.02.2021).
3. Український інститут : вебсайт. URL: <https://ui.org.ua> (дата звернення: 28.02.2021).
4. Вперше дружина Президента України взяла участь у щорічній нараді послів. *cutt.ly* : вебсайт. URL: <https://cutt.ly/RxZDzB5> (дата звернення: 28.02.2021).
5. Управління культури і туризму. РОДА : вебсайт. URL: <https://www.rv.gov.ua/upravlinnya-kulturi-i-turizmu> (дата звернення: 28.02.2021).
6. Про Програму розвитку культури Рівненської області на період до 2022 року : Рішення обласної ради VII скликання від 16. 03. 2018 № 859. Рівненська обласна рада. *cutt.ly* : вебсайт. URL: <https://cutt.ly/mxZAERO> (дата звернення: 28.02.2021).

Чубок Т.О., студентка

Науковий керівник: Якимчук А.Ю., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ: ДОСВІД ДАНІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Впровадження електронного врядування покликане вирішити низку проблем пов'язаних із налагодженням співпраці й підтриманням довіри між урядом і громадянами. Сучасний період цифровізації суспільства створює можливості для стійкого зворотного зв'язку, інтерактивної взаємодії органів влади і населення. Таким чином, не лише громадяни отримують доступ до інформації про діяльність уряду, його проєкти та результати, але й уряд дістає додатковий канал інформації, добровільно наданої громадянами для оптимізації державного управління.

Відзначимо, що тенденції провадження та розвитку електронного врядування у країнах світу можна прослідкувати у звітах з е-урядування Департаменту ООН з економічних та соціальних питань (UNDESA), що публікуються кожні два роки.

У період пандемії COVID-19 більшість країн та муніципалітетів застосовують цифрові урядові стратегії, багато з яких мають інноваційні ініціативи, але величезна кількість людей досі не має доступу до Інтернет-послуг, згідно з виданням електронного уряду ООН від 2020 року [2]. Рейтинг 193 країн-членів ООН за рівнем цифрового уряду до 2020 року, що враховує обсяг і якість онлайн-послуг, стан телекомунікаційної інфраструктури та існуючий людський потенціал, очолюють Данія, Республіка Корея та Естонія, за ними слідує Фінляндія, Австралія, Швеція, Великобританія, Нова Зеландія, Сполучені Штати Америки, Нідерланди, Сінгапур, Ісландія, Норвегія та Японія [2].

Розвиток електронного урядування в Данії розпочався з 2001 року, коли була затверджена «Програма формування електронного уряду на 2002–2007 роки». Подальші кроки уряду (рис. 1) відіграли важливе значення у функціонуванні сучасної системи електронного врядування Данії [1].

Таким чином, впродовж років у Данії було створено базові портал і шлюз електронного уряду, електронний міжвідомчий документообіг, інфраструктура відкритих ключів, реалізовані електронні державні послуги. Крім того, була реалізована онлайн оплата податків, державних зборів, мита та штрафів за порушення правил дорожнього руху та послуг житлово-комунального господарства.



Рисунок. Етапи розвитку електронного врядування у Данії

Відзначимо, що було розроблено низку стратегічних документів з метою збільшення через конкретні ініціативи використання інформаційно-комунікаційних технологій, а також технологій добробуту у наданні державних послуг, зокрема в таких галузях, як охорона здоров'я, догляд за літніми людьми, соціальні послуги та освіта [1].

Станом на 2021 рік у Данії практично все листування органів влади, а також відносини уряду та бізнесу здійснюється винятково через електронні технології.

Науковці С. А. Чукут, В. Л. Полярна [3] у своїх працях зазначають, що система електронного врядування у Данії здійснюється за досить складною схемою, до якої залучені міністерства та департаменти, кожен з яких виконує свою функцію [3].

Проаналізувавши портал урядових сервісів для громадян Данії «Borger.dk» [4] можемо стверджувати, що впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у країні слугувало збільшенню ефективності діяльності державних та муніципальних служб, а також, що не менш важливо, заощадженню бюджетних коштів. Проте, перехід тільки на цифрове спілкування ускладнює доступ до публічних послуг особам, що не мають достатніх навичок користування комп'ютером. Тому, для уникнення таких незручностей, поряд з електронними зверненнями у Данії приймаються і письмові заяви, але подовжено термін для надання відповіді на них. Крім того, впроваджено систему навчання та розроблено безкоштовні курси для громадян літнього віку і тих, хто не володіє достатньою мірою сучасними технологіями.

Фахівці [5] відзначають, що наразі понад 80% звернень громадян надаються в електронній формі. Спілкування громадян з владою у Данії

відбувається через урядовий портал, який діє за принципом єдиного вікна. Через цей портал кожен громадянин може отримати доступ до всіх публічних послуг, що надаються органами влади. Портал об'єднаний з усіма ресурсами муніципалітетів, тому достатньо знати лише цю електронну адресу для виходу на будь-який інший ресурс органів влади. Окрім того, державні органи чи служби комунікують між собою напряму, без посередництва громадянина, що спрощує процедуру отримання послуг для громадян [5].

В умовах пандемії, значну увагу відведено послугам у сфері охорони здоров'я. Так на порталі [4] є можливість записатися на тестування та переглянути результати тесту на COVID-19.

Статистичні дослідження з електронного врядування свідчать, що впроваджені інструменти комунікації між урядом та громадянами у Данії забезпечують доступність, ефективність, реактивність отримання послуг та прозорість діяльності органів влади. Таким чином, для України буде доцільно розглянути досвід впровадження інформаційно-комунікаційних технологій для налагодження зв'язку між урядом та громадянами, оскільки він дає змогу уникнути багатьох помилок, спростити процес модернізації, виокремити кращі шляхи розвитку.

Безсумнівно, не всі практики можуть бути адаптовані до українських реалій через низку причин. Проте, запровадження єдиного порталу для отримання актуальних послуг, серед яких реєстрація та подальший супровід суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечення нарахування необхідних соціальних виплат, реєстрація народження дитини, медичні послуги тощо, дозволить ефективно реагувати на потреби користувачів. Особливої уваги, на шляху цифровізації уряду в Україні, заслуговує питання зменшення цифрової нерівності серед громадян, шляхом проведення освітніх кампаній на основі інформаційних технологій.

1. Чукут С. А., Полярна В. Л. Основні напрями та пріоритети надання електронних послуг в країнах Європейського Союзу: на прикладі Данії. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 12. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1015> (дата звернення: 22.02.2021). 2. 2020 United Nations E-Government Survey. Department of Economic and Social Affairs. [cutt.ly: вебсайт](http://cutt.ly/Qk4kZ66). URL: <https://cutt.ly/Qk4kZ66> (дата звернення: 22.02.2021). 3. Чукут С. А., Полярна В. Л. Кращі європейські практики впровадження електронного врядування: досвід Данії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 24. С. 140–145. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2016/31.pdf (дата звернення: 22.02.2021). 4. borger.dk: вебсайт. URL: <https://www.borger.dk> (дата звернення: 22.02.2021). 5. Клімушин П. С., Серенок А. О. Електронне врядування в інформаційному суспільстві : монографія. Харків : ХарPI НАДУ «Магістр», 2010. 312 с. URL: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/4756> (дата звернення: 22.02.2021).

Шинкарук А. Л., к.політ.н, доцент

(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ПРАКТИКИ ЛАБОРАТОРІЙ ІННОВАЦІЙ В ПУБЛІЧНОЇ СЕКТОРІ В КРАЇНАХ ЄС ТА УКРАЇНІ

Швидкі зміни в політичному, технологічному та соціальному середовищі в ЄС вимагають впровадження інноваційного підходу до державного та соціального секторів. Інновації в державному секторі визначаються як запровадження послуги чи товару, що є новим або значно вдосконалим (інновація товару); впровадження методу виробництва та надання послуг та товарів, який є новим або суттєво вдосконалим (інновація процесу); новий метод організації або управління роботою (організаційні інновації); новий метод просування організації або її послуг та товарів, або нові методи впливу на поведінку людей чи інших (комунікаційні інновації) (Європейський індекс інновацій у публічному секторі). Окрім того, сучасні тенденції та виклики формують сферу інновацій публічного сектору, і, відповідно, наступні тенденції будуть важливими:

- Уряди зосередили увагу на прозорості та відкритості, але розуміння, перспективи та думки громадян та жителів залишаються в основному невидимими. Це можна було б вирішити, використовуючи поведінкові уявлення та гейміфікацію, іммерсивні технології, науку про громадян;

- Нові технології, відкриті дані та поява нових бізнес-моделей створили простір для урядів для вивчення нових можливостей, які відкривають двері для суспільної цінності уряду. Рішення: кругова економіка як валюта, економіка платформ, доступ до правосуддя;

- Уряди впроваджують інновації, щоб зрозуміти, як створюється політика та законодавство, роблячи їх машиночитаними. Вони також почали оцифровувати людські характеристики, почуття та оточення для надання інноваційних послуг та втручань. Рішення: закон як кодекс, оцифровка характеристик людини та оточення, нові технології.

Лабораторії інновацій у публічному секторі допомагають досліджувати, адаптувати, генерувати інновації у соціальному та державному секторах у співпраці з місцевою владою, університетами, громадою та бізнесом – вчетверо спіраль. З моменту опублікування Європейського індексу інновацій у державному секторі в 2013 році був накопичений значний досвід у роботі лабораторій, їх взаємодії з органами влади та взаємозв'язку з політикою ЄС. Основне питання стосується умов, як відбуваються інновації в установах державного сектору ЄС та ефективності інноваційних лабораторій державного сектору? Як приклад важливості політичних лабораторій в ЄС є ініціатива – Європейська мережа міських політичних лабораторій, яка спрямована на оснащення європейських міст структурою міського розвитку, яка об'єднує всі сили для підвищення добробуту.

Лабораторії публічної політики вважаються лідерами цифрової трансформації регіонів і створюють такі переваги для міст:

- Суверенітет міста. Суверенітет міст має вирішальне значення для розвитку конкурентних переваг та розширення можливостей місцевих органів влади.

- Місто, орієнтоване на людей. Методи соціального залучення до масової та всеохоплюючої участі у всіх розробках, плануванні та виконанні політики.

- Цифрова трансформація міста. Відкрита платформа для оцифровки всіх служб у місті (від загальнодоступних, приватних та спільних) та сумісних з іншими містами мережі.

- Інноваційна екосистема, що сприяє процвітання. Краудсорсинг, краудфандинг, тести на громадських засадах сприятимуть розвитку місцевої економіки, процвітання та добробуту.

- Бути частиною кооперативної мережі міст. Політична лабораторія повинна об'єднати всі підрозділи, проекти, лабораторії та експертів, щоб ділитися та масштабуватись по міській мережі.

Лише деякі лабораторії та центри проводять навчальні курси з питань інновацій у державному секторі в ЄС, тоді як в Україні немає чітко визначених освітніх програм для інновацій у державному секторі. Водночас існує велика кількість методів та підходів до інновацій у публічному секторі.

Концепцію лабораторії публічних інновацій та смарт спеціалізації для заохочення сучасних тенденцій, відображених у пріоритетах та сферах політики ЄС можна розглянути на прикладі діяльності Лабораторії політики ЄС, яка виділяє наступні пріоритети: майбутнє державних послуг, технології управління, економіка спільного користування тощо, які є частинами політик ЄС:

1) Кругові та стійкі міста: креативне міське підприємництво та міські стартапи, економіка спільного використання та інновацій;

- Регіональна та міська політика, політика згуртованості, формування смарт спеціалізації. Розробка міської програми безпосередньо пов'язана з формуванням екологічних впливів у регіонах та містах розумної спеціалізації, а також системи освіти та культури;

- Навколишнє середовище: політика кругової економіки пов'язана з концепцією відкритих інновацій та трансформацією регіонів та міст під впливом цифрових трансформацій.

2) Люди, місто та виробництво: міські дослідження, стала архітектура, розвиток міст та громад;

- Зростання, зайнятість, культура підприємництва, зокрема формування стартових екосистем, трансформація промисловості за допомогою цифрової трансформації і живих лабораторій;

- Пріоритет Креативної Європи: заохочувати творчість, інноваційні

підходи до створення та нові способи спричинити додаткові ефекти в інших секторах. Розробка та тестування нових та інноваційних моделей доходів, управління та маркетингу у секторах культури, зокрема, пов'язаних з цифровими змінами.

3) Миські цифрові навички: технології для кращого розвитку громад та підприємництва, оцифрування культурної та освітньої сфери

- Єдиний цифровий ринок: формування цифрового суспільства та цифрових навичок шляхом інновацій, творчості та регіонального розвитку

- Інформаційне суспільство: Цифрова програма пов'язана з цифровою трансформацією суспільства

Ця політика ЄС важлива для проектів та форматів інновацій у публічному секторі: живі лабораторії, акселератори та програми інкубації, публічні конкурси та наставництво. Цей підхід заснований на досвіді освітніх програм з інновацій в публічному секторі, таких як: спільні інновації, спільне виробництво та співтворчість, дизайн, орієнтований на користувача, поведінкові уявлення, інноваційні лабораторії, ІКТ та технологічні інновації, взаємозв'язок між соціальними інноваціями та інноваціями в державному секторі, мисленням у сфері послуг та дизайну, підхід до вивчення проблем з нових перспектив, а потім тестування та ітерація можливих рішень, краща доставка послуг, цифрові перетворення, розвиток державного сектору з інтегрованою інноваційною структурою.

1. States of Change. (2019). Landscape of innovation approaches: introducing version 2. States of Change : вебсайт. URL: <https://states-of-change.org/stories/landscape-of-innovation-approaches-introducing-version-2> (дата звернення: 15.02.2021). 2. EU Policy Lab. Europa.eu : вебсайт. URL: blogs.ec.europa.eu/eupolicylab (дата звернення: 15.02.2021). 3. Public Sector Innovation. Hertie School. Hertie School : вебсайт. URL: www.hertie-school.org/en/study/course-catalogue/course/course/public-sector-innovation (дата звернення: 15.02.2021). 4. European Social Economy Summit. Sinnergia.org : вебсайт. URL: sinnergia.org (дата звернення: 15.02.2021). 5. Innovation Tools and Techniques. MBRCGI : вебсайт. URL: www.mbrcgi.gov.ae/en/enable/tools (дата звернення: 15.02.2021). 6. Observatory of Public Sector Innovation : вебсайт. URL: oecd-opsi.org (дата звернення: 15.02.2021).

Шинкарук А. Л., к.політ.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КРУГОВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО УПРАВЛІННЯ МІСТОМ ЧАСТИНА 1

Ефективне (повторне) використання та переробка ресурсів, матеріалів та продуктів у замкнених циклах. Це економічна модель представляє сталий розвиток, в якому продовжується використання та термін служби продуктів, а матеріали та відходи мінімізуються.

Циркулярна економіка була описана як концепція, що імітує живі системи. В той же час, в основі кожної міської системи лежить сукупність повторюваних тем, невід'ємних для циркулярної економіки.

Основні принципи кругової економіки:

1. Дизайн відходів

- компоненти продукту ефективно розроблені так, щоб вони відповідали циклам біологічних чи технічних матеріалів і виготовлялися з метою легкого розбирання та оновлення. Біологічні матеріали нетоксичні і можуть бути просто повернені до біосфери (шляхом компостування чи інших підходів), тоді як технічні матеріали розроблені для того, щоб знову використовуватись з мінімальною енергією та найвищою якістю утримання.

2. Побудувати стійкість завдяки різноманітності

- модульність, універсальність та адаптивність – це особливості, що створюють стійкість. Однак різноманітність необхідно збалансувати з ефективністю, щоб досягти ефективної системи: якщо з одного боку, найефективніші системи мають менше вузлів, менше з'єднань і більшу пропускну здатність, проте вони більш вразливі до наслідків ударів. На іншому кінці спектру, менш ефективна система має більше вузлів, більше з'єднань, більше масштабів, але виявляється більш стійкою при зовнішніх ударах. Другий принцип спрямований на пошук ефективності, збалансованого місця, де взаємодіють стійкість та ефективність.

3. Відновлювальні джерела

- системи в кінцевому підсумку мають на меті працювати на відновлюваних джерелах. На практиці покладатися на поновлювані джерела енергії можна лише за рахунок скорочення споживання енергії.

4. Системне мислення

- це здатність розуміти, як частини впливають одна на одну в цілому і взаємозв'язок цілого і частини. Цей принцип має вирішальне значення при розробці кругових моделей. Він включає врахування елементів, пов'язаних з їхньою інфраструктурою, навколишнім середовищем та соціальним контекстом і включає розуміння потоків та запасів.

5. Відходи-продукти

- переходимо від поняття відходів-матеріалів до поняття побічний продукт, який вже не є корисним для останнього користувача, але потенційно є цінним ресурсом для інших суб'єктів системи. Біологічні матеріали (у вигляді виробів чи матеріалів) повторно вводяться в біосферу

через нетоксичні, відновлювальні цикли, тоді як технічні матеріали можна розглядати різними способами: або шляхом створення нового високоякісного продукту (upscale), або через створення побічних продуктів у мережі підприємств (промисловий симбіоз).

6. Каскадне мислення

- створення цінностей для біологічних матеріалів полягає в можливості отримати додаткову цінність з продуктів і матеріалів, каскадуючи їх за допомогою інших програм.

7. Think local

- зосереджується на створенні цінності з уже наявними ресурсами. Оскільки екосистеми використовують лише наявні ресурси, так і сталий бізнес повинен робити те саме. Це означає скористатись невикористаними ресурсами, враховуючи місцеві ресурси та весь спектр виробленої продукції. Організації, проекти та спільноти, як природні екосистеми, впливають на їх локальний контекст. Щоб скористатися цими місцевими можливостями, потрібно бути готовим збільшити участь у місцевих організаціях та адаптуватися до місцевого контексту.

8. Зосередження на ефективності

- досягти синергії шляхом вигідного використання трьох цілей створення вартості, створення робочих місць та скорочення споживання ресурсів шляхом продажу ефективності замість товарів.

Базові циркулярні стратегії

Сміття як основний ресурс, його регенерація, збереження та вдосконалення існуючих міських систем.

Цілі стійкого розвитку показують також зв'язок з ревіталізацією міських промислових просторів, здоров'ям населення міст.

- Переосмислення бізнес-моделі
- Дизайн для майбутнього
- Включення цифрових технологій
- Співпраця для створення спільної вартості

Розвиваючі циркулярні стратегії

Залучення людей до створення і розвиток нових бізнес-моделей (модель циркулярного дизайну, моделі використання та продовження життя, моделі відновлення цінності, моделі циркулярної підтримки)

Цифрове виробництво і використання нових пристроїв для створення продуктів і послуг

- Запровадження принципу дизайну для майбутнього.
- Пріоритет відновлення ресурсів
- Збереження і продовження того, що вже зроблено
- Використання відходів як ресурсу

7 кругових процесів Амстердама

1. Замкнути петлі – всі матеріали повторно використовуються та нескінченно переробляються

2. Скорочення викидів – вся енергія виробляється з відновлюваних джерел

3. Створення вартості – ресурси використовуються для створення спільної (фінансової та суспільної) вартості

4. Модульна конструкція – вся продукція розроблена модульно та гнучко, а виробничі ланцюги забезпечують адаптивність систем

5. Інноваційні бізнес-моделі – всі нові впроваджені бізнес-моделі дозволяють перейти від володіння товарами до використання товарів через послуги

6. Регіональна орієнтована зворотна логістика – логістичні системи переходять на більш орієнтовану на регіон послугу з можливостями зворотної логістики

7. Модернізація природних систем – вся діяльність людини позитивно сприяє розвитку екосистем, екосистемних послуг та реконструкції “природного капіталу”

Застосування цінностей та критеріїв, викладених у «круговій моделі», дало Амстердаму інструмент для навігації циркулярними ініціативами. Зосереджені на трьох пріоритетних ланцюгах створення вартості – біомасі та продуктах харчування, будівництві, споживчих товарах – було розроблено 17 циркулярних політичних ініціатив для міста. Вони охоплюють різноманітність міської екосистеми:

Циркулярне виробництво їжі в міських та позаміських районах: Місцеві ініціативи у відновлюваному виробництві їжі, такі як Pluk!, сприяють місцевим циклам, одночасно створюючи ділові можливості для місцевих громад.

Запобігання надмірному споживанню та мінімізація використання швидкозмінних споживчих товарів: інноваційні компанії, такі як побутова техніка Bundles як послуга, сприяють доступу над правом власності. Подовжуючи термін служби матеріалів, мешканці міста отримують доступ до ряду якісних товарів, одночасно зменшуючи загальне споживання ресурсів.

Циркулярний розвиток будівель за допомогою гнучкого зонування та регенеративного дизайну: для пропаганди сталого та здорового способу життя міські райони повинні адаптуватися до мінливих потреб регіону у забезпеченні систем регенерації енергії, води та відходів, наприклад район Буйкслотерхам.

Приклади міських циркулярних рішень

Брюссель (Бельгія) – Регіональна програма циркулярної економіки

Кейптаун (ПАР) – Програма промислового симбіозу

Копенгаген (Данія) – План управління ресурсами та відходами

Гельсінкі (Фінляндія) – Міська лабораторія району Каласатама. Координація повторного використання викопаної земельної маси в будівельних проєктах по всьому місту. Найбільша в світі теплонасосна установка, що виробляє опалення та охолодження

Крістіансанн (Норвегія) – Конкуренція та підтримка зростання зелених бізнес-ідей

Марібор (Словенія) – Стратегія циркулярної економіки, що тісно

співпрацює з комунальними компаніями

Агуаскальєнтес (Мексика) – Водний фонд для підтримки нестачі води у місті

Аррас (Франція) – Тепло, вироблене очищенням стічних вод для громадського водного центру

Лілль (Франція) – Біоінтенсивне мікросільське господарство в районі Конкорд

Самсо (Данія) – Циркулярна економіка для всього острова

Х'юстон (США) – Склад повторного використання для будівельних матеріалів

Париж (Франція) – Проект 3D-друку низьковуглецевих будівель

Ескільстуна (Швеція) – Перший у світі циркулярний торговий центр.

1. Cities and the circular economy. Ellenmacarthurfoundation.org : вебсайт. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/explore/cities-and-the-circular-economy> (дата звернення: 18.02.2021).
2. The Circular Economy in Cities and Regions OECD. Oecd.org : вебсайт. URL: <http://www.oecd.org/cfe/regional-policy/circular-economy-cities.htm> (дата звернення: 18.02.2021).
3. Circular cities: The state of the art. GreenBiz : вебсайт. URL: <https://www.greenbiz.com/article/circular-cities-state-art> (дата звернення: 18.02.2021).
4. Exploring circular economy imaginaries in European cities: A research agenda for the governance of urban sustainability transitions. *Journal of Cleaner Production*. 2019. Apr. URL: https://www.researchgate.net/publication/332562003_Exploring_circular_economy_imaginaries_in_European_cities_A_research_agenda_for_the_governance_of_urban_sustainability_transitions (дата звернення: 18.02.2021).
5. Circular Economy in Cities Evolving the model for a sustainable urban future. WEF : вебсайт. URL: http://www3.weforum.org/docs/White_paper_Circular_Economy_in_Cities_report_2018.pdf (дата звернення: 18.02.2021).
6. Circular City Governance. An explorative research study into current barriers and governance practices in circular city transitions across Europe. circulareconomy.europa.eu : вебсайт. URL: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/circular-city-governance-an-explorative-research-study-into-current-barriers-and-governance-practices-in-circular-city-transitions-across-europe-2018.pdf> (дата звернення: 18.02.2021).
7. Circular economy strategies and roadmaps in Europe Identifying synergies and the potential for cooperation and alliance building Final Report. circulareconomy.europa.eu : вебсайт. URL: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/qe-01-19-425-en-n.pdf> (дата звернення: 18.02.2021).
8. Circular cities of the 21st century, how are they defined and where is best practice? Circular Berlin : вебсайт. URL: <http://circular.berlin/circular-cities-of-the-21st-century-how-are-they-defined-and-where-is-best-practice> (дата звернення: 18.02.2021).
9. Circular cities and regions. Metabolic : вебсайт. URL: <https://www.metabolic.nl/consulting/circular-cities-regions> (дата звернення: 18.02.2021).

Шинкарук А. Л., к.політ.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

КРУГОВА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО УПРАВЛІННЯ МІСТОМ ЧАСТИНА 2. ПОРТРЕТ КРУГОВОГО МІСТА КЕЙТ РЕВОРТ

Фонд Еллен МакАртур визначає основними темами розвитку циркулярних міст будівництво, мобільність і транспортування, їжу, продукти та послуги. Оцінити потенціал цих секторів можна за допомогою двох підходів - міського сканування (City Scanning) та економії пончика (Doughnut Economy), а також розгляд міст на за допомогою цілей стійкого розвитку (SDG). Один з методів оцінки кругового потенціалу міст – це кругове міське сканування, зокрема по шаблону міського портрету Кейт Вентворт.

«Пончикова економіка» передбачає такі основні компоненти циркулярного міста: 1) створення і підтримка умов життя зокрема робота доступ до енергії та освіти, 2) здоров'я населення, 3) зв'язки та спільноти всередині міста, а також 4) залучення та участь громадян у розвитку міських територій.

Основні компоненти циркулярного міста:

- 1) створення і підтримка умов життя зокрема робота доступ до енергії та освіти,
- 2) здоров'я населення,
- 3) зв'язки та спільноти всередині міста
- 4) залучення та участь громадян у розвитку міських територій.

Ключове питання:

Як наше місто може бути домом для процвітаючих людей у процвітаючому місці, поважаючи при цьому добробут усіх людей та здоров'я цілої планети?

Зрізи міського циркулярного портрету

	СОЦІАЛЬНИЙ	ЕКОЛОГІЧНИЙ
ЛОКАЛЬНИЙ	Що б це означало для жителів цього міста, щоб процвітати?	Що б це означало для цього міста, щоб процвітати в природному середовищі існування?
ГЛОБАЛЬНИЙ	Що для цього міста означало б поважати добробут людей у всьому світі?	Що б це означало для цього міста поважати здоров'я цілої планети?

Основи компоненти портрету (на прикладі Амстердаму)

ЗДОРОВ'Я

Усі громадяни мають рівні шанси жити здоровим життям, незалежно від соціально-економічного статусу чи походження.

Існує достатня кількість доступного житла.

Громадські води доступні, привабливі, чисті та безпечні для всіх користувачів.

УПОВНОВАЖЕННЯ

Амстердам – безпечне та придатне для життя місто для жителів та гостей.

Амстердам – це інклюзивне та сполучене місто.

Громадяни користуються більшою незалежністю і рідко відчувають нерівність можливостей.

Громадяни мають більший голос, участь та роль у вирішенні того, що відбувається та як це реалізується.

ЗВ'ЯЗКИ

Цифрове місто розроблено у співпраці з громадянами та багатьма іншими акторами міста. Взаємодія муніципалітету з громадянами є доступною, зрозумілою та інклюзивною.

Місто доступне кожному через громадський транспорт безпечним та стійким способом.

Всі громадяни та відвідувачі отримують високоякісну, інноваційну та різноманітну культурну пропозицію; і всі діти Амстердаму знайомляться з мистецтвом та культурою.

МОЖЛИВОСТІ

Громадянам надаються привабливі комерційні приміщення

Амстердам, плюс підприємці, виграють від хорошого ділового клімату.

Фінансова безпека забезпечується громадянам, які не можуть (повністю) забезпечити власні засоби до існування.

Кожна дитина отримує хорошу освіту в якісному шкільному середовищі.

Зробити місто без використання газу до 2040 року.

Етапи картування кругового міста

КРОК 1: Зрозумійте компоненти вашої стратегії міста

Виберіть стратегію, над якою ви працюєте у своєму місті, яку ви хотіли б оцінити на її соціальний та екологічний вплив, як на місцевому, так і на глобальному рівні. Запишіть основні компоненти стратегії на робочому аркуші міської стратегії. Потім напишіть назву своєї стратегії всередині ромбової форми в центрі канви «Портрет міста».

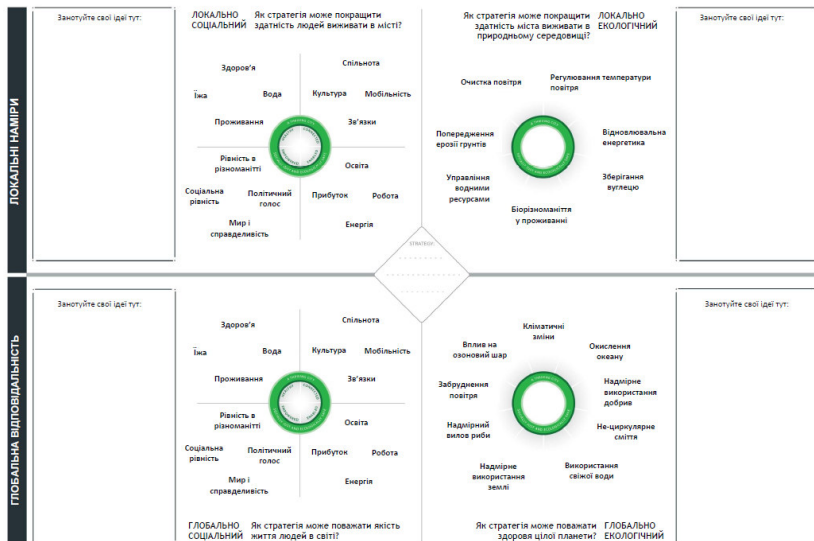


Рисунок. Шаблон кругового портрету міста

КРОК 2: Проаналізуйте стратегію через місцеві соціальні та місцеві екологічні лінзи на полотні "Міський портрет"

Тепер заглибіться в місцеві наслідки вашої стратегії.

a. Подумайте про можливі позитивні наслідки, які ваша стратегія може мати на ці сфери. Візьміть кольорову ручку та вкажіть теми, де стратегія може мати позитивний вплив.

b. Для тих самих сфер подумайте про можливі негативні наслідки вашої стратегії, як прямі, так і непрямі. Використовуйте ручку іншого кольору, щоб вказати теми, де стратегія може спричинити негативні наслідки.

c. Запитайте себе, "як стратегію можна розробити та/або реалізувати для забезпечення та посилення цих позитивних впливів та запобігання або мінімізації можливих негативних?" Зверніть увагу на свої ідеї поруч із сферами на шаблоні.

КРОК 3: Проаналізуйте стратегію за допомогою сфер «Глобально-соціальна» та «Глобально-екологічна» на канві «Міський портрет»

Тепер вивчіть глобальний вплив вашої стратегії. Повторіть пункти a), b) і c) з кроку 2 для глобальних сфер.

КРОК 4: Подумайте про взаємозв'язок між сферами

a. Подумайте про взаємозв'язок між чотирма лінзами. Проведіть між лінзами лінії, щоб вказати, коли між виявленими проблемами є позитивна чи негативна динаміка. Використовуйте ручки різних кольорів для позначення позитивних чи негативних взаємозв'язків.

б. Запитайте себе: "як можна розробити та/або реалізувати стратегію для посилення позитивних взаємозв'язків та мінімізації негативних?" Зверніть увагу на свої ідеї поруч із лінзами на полотні.

КРОК 5: Підсумуйте свої ключові уявлення

Узагальніть свої ключові уявлення з кроків 3, 4 та 5 на робочому аркуші міської стратегії. Запитайте себе, "як би ви вдосконалили існуючу стратегію для підвищення її соціальних та екологічних переваг?"

1. Raworth K. Doughnut Economics. URL: www.kateraworth.com (дата звернення: 18.02.2021).
2. Science for Environment Policy Indicators for Sustainable Cities. ec.europa.eu : вебсайт. URL: ec.europa.eu/environment/integration/research/newsalert/pdf/indicators_for_sustainable_cities_IR12_en.pdf, 10.2779/121865 (дата звернення: 18.02.2021).
3. Indicators for Circular Economy (CE) Transition in Cities -Issues and Mapping Paper (Version 4). ec.europa.eu : вебсайт. URL: https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/urban_agenda_partnership_on_circular_economy_-_indicators_for_ce_transition_-_issupaper_0.pdf (дата звернення: 18.02.2021).
4. Doughnut City Canvas. Issuu : вебсайт. URL: issuu.com/antonshynkaruk/docs/doughnut (дата звернення: 18.02.2021).

Шинкарук А. Л., к.політ.н, доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ГРОМАДСЬКОГО СЕКТОРУ

Цифрова стратегія – це процес перетворення цілей організації в план, який створить ефективні ініціативи цифрового маркетингу. Це перший крок у визначенні тактики, яка буде використана для досягнення успіху вашої організації. Цифрова стратегія стосується кількох аспектів потреб організації. Це переводить організаційні цілі та завдання в стратегію, яка оптимізує вплив, який мають ініціативи цифрового маркетингу на організацію. Це робиться за допомогою наступного:

1. Аналіз та визначення пріоритетних потреб та цілей клієнтів, які організація може адекватно вирішити та вдосконалити.
2. Визначення можливостей та викликів перед організацією в цілому, а точніше, де цифрові активи та тактика можуть допомогти.
3. Створення стратегічної бази для того, як цифрові активи реалізуватимуть бізнес-можливості та потреби клієнта, а також план вимірювання ефективності.
4. Визначення пріоритетності цифрових активів та тактик, які можуть надаватися на цій основі, та впровадження відповідного плану вимірювань.

Процес формування цифрової стратегії

Крок 1. Організаційні цілі

Тут починається процес що допомагає визначити загальний успіх. Ми приймаємо основні цілі організації та краще визначаємо їх як виконувані цілі, а також виділяємо будь-які залежності та обмеження, щоб встановити основу вашої цифрової стратегії.

Щоб скласти свою цифрову стратегію, напишіть один-два абзаци, які визначають місію та мету вашої організації. Це дозволить легко визначити цілі аудиторії. Розглядайте різні види робіт, які ви виконуєте, продукти, які ви пропонуєте тощо. Таким чином ви встановили контекст цифрової стратегії.

Крок 2: Аудиторії та персони

Чітке визначення вашої аудиторії та їхніх потреб та бажань допоможе визначити, як виглядає успіх з точки зору ваших читачів. Виділяють основні та вторинні аудиторії та яка їх мета взаємодії з вашою організацією, а також те, яке ваше визначення конверсії чи цілі для цієї аудиторії, з точки зору вашої організації.

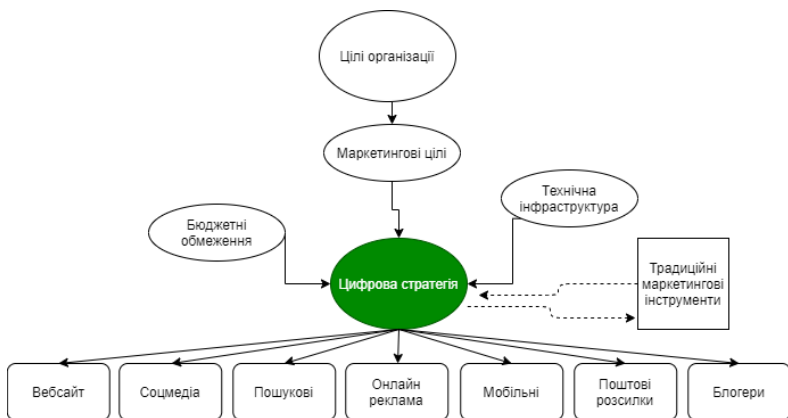


Рисунок. Компоненти цифрової стратегії

Наприклад, для організації, що базується на фандрайзингу, ви можете мати дві основні аудиторії: 1) донори з високою цінністю та 2) низові донори. Кожна аудиторія, очевидно, має дуже унікальні потреби і може бути мотивована різними закликами до дії. Наприклад, перетворення дорогих донорів може закінчитися телефонним дзвінком у відділ розвитку, а не пожертвою кредитної картки. Визначаючи свої аудиторії, не забудьте, як ви будете відстежувати їх та вимірювати свій успіх.

Персони є також дуже корисною частиною процесу переробки веб-сайтів, і вони вже протягом багатьох років є основою роботи професіоналів з досвіду користувачів (UX). На цьому кроці ми збираємось створити гібрид типу профілю аудиторії, який ви можете використовувати для розробки маркетингового плану та персони, яку ви б використали для створення випадків використання веб-сайту.

Модель цифрового залучення CURVE

– Цікавість, Єдність, Відповідність, Цінність, Емоція
(Curiosity, Uniformity, Relevance, Value and Emotion)

Крок 3: Цифровий ландшафт

Цей етап визначає властивості, які ви будете використовувати, та тактику, яку ви будете виконувати, щоб охопити свою аудиторію та створити конверсії. Ваш цифровий ландшафт – це всебічна присутність вашої організації в Інтернеті, від веб-сайтів, мікросайтів та мобільних додатків до соціальних мереж.

Показники конверсії

Наступним кроком є визначення того, до чого вдасться використовувати кожне з цих властивостей чи тактик – конверсія. Деякі поширені показники

конверсії:

- Успішне завершення пожертви
- Підписка
- Спільний доступ до вмісту у Facebook
- Підписання петиції
- Реєстрація на подію
- Перехід по рекламі на цільову сторінку кампанії, а потім натисніть кнопку дізнатися більше

Необхідно визначити кожен з цих подій конверсії, щоб ми могли встановити міри для визначення ефективності наших зусиль.

Модель iPACE

(Information, Product/Service, Awareness, Convenience and Engagement)
інформація, продукт / послуга, обізнаність, зручність та взаємодія

Діє як контрольний список, щоб ваш вміст викликав найбільший інтерес у вашої аудиторії.

- Інформація – за допомогою повідомлень користувачі можуть швидко переходити через соціальні медіа-канали та вебсайт, щоб отримати необхідну інформацію.
- Продукт / послуга – канали соціальних медіа та вебсайт чітко виділяють основні повідомлення.
- Поінформованість – за допомогою регулярних оновлень між каналами цільова аудиторія може бути поінформована про наявні програми.
- Зручність – зручно реєструватися на програми в Інтернеті з відповідним заклик до дій та ненав'язливим нагадуванням на реєстрації.
- Залучення – постійна взаємодія зі своєю спільнотою, щоб будувати постійний зв'язок та зміцнювати своє бачення.

Крок 4: Технологічна інфраструктура

Для того, щоб мати успішний план цифрового маркетингу та підтримку вашого цифрового ландшафту, потрібно буде мати потрібну технологічну інфраструктуру.

Крок 5: Стратегія контенту

Тепер, коли ми знаємо, хто наша аудиторія і де ми до них звертаємось (цифровий ландшафт), ми можемо чітко визначати типи контенту та повідомлень, які будуть використовуватися для їх досягнення.

Вміст є важливою складовою будь-якої цифрової стратегії, оскільки, хоча ваш цифровий ландшафт - це те, де ви охоплюєте свою аудиторію, ваш вміст – це спосіб спілкування вашої організації. Навіть якщо ви не організація, основною пропозицією якої є контент (наприклад, журнал або

веб-сайт блогу), контент все ще грає величезну роль у ваших комунікаціях.

Крок 6: Визначення успіху

На даний момент у нас є дані, необхідні для визначення того, як виглядає успішна конверсія у всіх наших цифрових каналах та з усіма нашими різними тактиками. Тоді ми створимо план вимірювання, який включає всі цілі аудиторії та сприятливий характер та зв'яжемо їх із початковими організаційними цілями.

Крок 7: Планування, аналіз та коригування

Останній крок – це постійний процес планування, аналізу та коригування на основі ваших зусиль. На етапі планування ви фактично створюєте свою цифрову стратегію та подальшу тактику, ґрунтуючись на роботі, яку ви зробили до цього моменту. Це також частина, яка буде регулярно переглядатися та коригуватися у міру необхідності, зміни цілей організації та / або аудиторії. Жорстка цифрова стратегія повинна підтримувати невеликі зміни та коригування, щоб не потрібно було постійно повторювати кроки 1–6.

1. DHA Communications. Developing a Communications Strategy. NCVO Knowhow : вебсайт. URL: knowhow.ncvo.org.uk/campaigns/communications/communications-strategy (дата звернення: 23.02.2021). **2.** Kihlström G. Creating a Digital Strategy for Nonprofits Part 1: Building Blocks of a Digital Strategy. URL: <https://mb.cision.com/Public/3847/9287562/b2d76349a4c04c81.pdf> (дата звернення: 23.02.2021). **3.** Цифрові інструменти для неприбуткових організацій – Google для неприбуткових організацій. Google : вебсайт. URL: www.google.com/nonprofits (дата звернення: 23.02.2021). **4.** YouTube Social Impact. Youtube.com : вебсайт. URL: socialimpact.youtube.com (дата звернення: 23.02.2021). **5.** The Uncomplicated Guide to a Nonprofit Digital Strategy in 2020 – Marlin Communications. Marlin : вебсайт. URL: marlincommunications.com/blog/the-uncomplicated-guide-to-a-nonprofit-digital-strategy-in-2020 (дата звернення: 23.02.2021).

Шкуль К. В., студентка, **Антонова С. Є.**, к.е.н., доцент
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В ЗДОВБИЦЬКІЙ ГРОМАДІ РІВНЕНСЬКОГО РАЙОНУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Освіта – цілеспрямована пізнавальна діяльність людей з отримання знань, умінь та навичок або щодо їх вдосконалення. Процес і результат засвоєння особистістю певної системи наукових знань, практичних умінь та навичок і пов'язаного з ними того чи іншого рівня розвитку її розумово-пізнавальної і творчої діяльності, а також морально-естетичної культури, які у своїй сукупності визначають соціальне обличчя та індивідуальну своєрідність цієї особистості.

Освіта призначена, щоб дати новому поколінню початкові знання культури, формуючи поведінку у дорослому житті і допомагаючи у виборі можливої ролі в суспільстві. У повсякденному розумінні освіта крім усього іншого передбачає і, в основному, обмежена навчанням учнів учителем. Воно може полягати в навчанні читання, письма, математики, історії та інших наук [1].

У Здовбицькій громаді наразі нараховується 7 закладів загальної середньої освіти, з яких 1 заклад I ступеня, по 2 заклади I – II та I – III ступенів і по 1 закладу – навчально-виховних комплексів I – II та I – III ступенів. В цілому у всіх освітніх установах навчається 1198 учнів та працює 156 учителів. Розподіл їх контингенту у розрізі навчальних закладів представлено в таблиці.

Таблиця

Кількість учнів та вчителів в навчальних закладах Здовбицької громади

№ з/п	Освітній заклад	Кількість учнів	Кількість вчителів
1	заклад I ступеня	12	4
2	заклад I–II ступенів	124	28
3	заклад I–III ступенів	687	76
4	Навчально-виховний комплекс I–II ступенів	102	16
5	Навчально-виховний комплекс I–III ступенів	273	32

*Джерело: [5].

Аналіз стану середньої освіти територіальної громади дав змогу встановити проблемні аспекти її розвитку, а саме:

- Недостатнє матеріально-технічне забезпечення закладів освіти, оскільки в багатьох закладах відсутні спеціалізовані предметні кабінети.

Зокрема, лише у 2 – є кабінети інших мов і літератур національних меншин; у 3 – у іноземної мови, географії; у 4 – математики, хімії (у них обладнано робочих місць – 120); 5 мають кабінети біології (у них обладнано робочих місць – 112) та фізкультурну залу; у 6 – фізики (у них обладнано робочих місць – 141), основ інформатики і обчислювальної техніки – 6 (у них встановлено комп'ютерних класів – 7 та обладнано робочих місць з комп'ютером – 58), української мови та літератури; кількості майстерень – 12. 7 закладів мають класи із засобами візуалізації і всього 2 заклади мають класи з інтерактивними поверхнями [3].

Лише 1 заклад має засоби загального призначення: моделі площинні, об'ємні, муляжі для оволодіння механізмом письма; розвиваючі ігри для м'язового тренування рук; моделі площинні друківані для розвитку слухового відчуття, оволодіння механізмом письма; медична лампа; стілець фізіотерапевтичний. Та 2 заклади мають: фізіотерапевтичну кушетку; тонометр механічний для вимірювання артеріального тиску; дидактичні та розвиваючі ігри.

- Низький рівень оснащення Інтернет-технологіями, а саме: у 6 закладах є наявності покриття Wi-Fi та у 7 закладах є технологія, за якою надається широкосмуговий доступ (ШСД) до мережі Інтернет FTTx.

- Недостатня кількість закладів з профільним навчанням, оскільки їх налічується лише 4, з них профільні предмети це українська мова (3 заклади) та історія України в контексті всесвітньої історії (1 заклад) [4].

Дошкільна освіта в Здобвицькій громаді налічує 4 дитячих садків та 1 навчально-виховний комплекс "Загальноосвітня школа I – III ступенів – дошкільний навчальний заклад". Всі вони перебувають у комунальній власності; вид закладу – загального розвитку. Усього дітей, які їх відвідують становить 182 чол., з них 6 дітей у віці від 2 до 3 років та 176 дітей від 3 років і старше. Відкрито лише 1 інклюзивну групу, у якій налічується 19 дітей; 1 групу короткотривалого перебування, яку відвідують 5 дітей; 1 групу з цілодобовим перебуванням. В дошкільній освіті територіальної громади працює усього 55 працівників, з них: педагогічного персоналу – 23 чол., а технічного персоналу – 32 чол. Проте нагальною проблемою наразі для розвитку дошкільної освіти є відсутність ясла-садків та ясел, а також закладів комбінованого, сімейного та компенсуючого (санаторного, спеціального) типу. Немає санаторних та спеціальних груп для дітей з порушенням слуху, зору, інтелекту, затримкою психічного розвитку [2].

Зважаючи на виявлені проблеми, перед громадою та органами місцевого самоврядування постає питання посилення впливу та безпосередньої уваги вирішенню окреслених аспектів, які потребують нагального втручання. Саме забезпечення стабільності та достатності фінансування освіти створить належне та якісне надання освітніх послуг населенню громади.

Юрінком Інтер, 2008. 1040 с. **2.** Зведена річна таблиця про діяльність закладів дошкільної освіти за 2020 рік. Відділ освіти, культури, молоді та спорту Здовбицької сільської ради. URL: https://zdovb.ucoz.ua/index/strategija_rozvitku/0-13 (дата звернення: 28.02.2021). **3.** Зведена таблиця. Відомості про матеріальну базу денних закладів загальної середньої освіти та використання сучасних інформаційних технологій (без спеціальних шкіл /шкіл-інтернатів/, навчально-реабілітаційних центрів) на початок 2020/2021 навчального року. ВО Здовбицької СР. URL: https://zdovb.ucoz.ua/index/strategija_rozvitku/0-13 (дата звернення: 28.02.2021). **4.** Зведена таблиця. Відомості про профільне навчання і поглиблене вивчення предметів у денних закладах загальної середньої освіти на початок 2020/2021 навчального року (без спеціальних шкіл /шкіл-інтернатів/, навчально-реабілітаційних центрів). ВО Здовбицької СР. URL: https://zdovb.ucoz.ua/index/strategija_rozvitku/0-13 (дата звернення: 28.02.2021). **5.** Звітність. Зведений звіт денних закладів загальної середньої освіти на початок 2020/2021 навчального року. ВО Здовбицької СР. URL: https://zdovb.ucoz.ua/index/strategija_rozvitku/0-13 (дата звернення: 28.02.2021).

Якимчук А. Ю., д.е.н., професор, **Денека І. К.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФРАНЦІЇ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ЗАЛУЧЕННЯ В УКРАЇНУ

Орієнтація України на Європейську інтеграцію на сьогодні є беззаперечною для держави, яка твердо та цілеспрямовано крокує в цьому напрямку. Стає за необхідне вивчення світового досвіду публічного управління як першочергового етапу створення ефективної та дієвої системи управління в Україні. На даний час країни світу, які не мали сильного впливу тоталітарного режиму, випереджають нашу країну в більшості управлінських питань, зокрема щодо державного регулювання. Тому, Україна повинна зосереджувати свою увагу системам публічного управління країн Європейського співтовариства, досвіду їх розвитку, реформування та становлення. Корисним для цього буде вивчення досвіду Франції як однієї з передових країн Європи та засновниць ЄС, яка має великі досягнення в розвитку публічного управління. Вивчення основних засад, позитивних та негативних сторін становлення публічного управління Франції на сьогодні є актуальним з точки зору можливого застосування в Україні.

Франція протягом останньої чверті ХХ ст. активно реформувалася, юридично будучи вкрай унітарною державою з сильною бюрократією. Сьогодні і система державної влади, і система державного управління, і весь державний механізм ґрунтуються на засадах і принципах деконцентрації та децентралізації. У межах деконцентрації проводиться реорганізація установ центрального рівня та перерозподіл повноважень між центром та місцями, поділ функцій на стратегічні та оперативні. Така політика дає можливість підвищити якість та ефективність публічної служби на місцевому рівні, а також використання публічних коштів здебільшого на місцевому рівні. Стосовно запровадження децентралізації, то у ході реформування регіони органів місцевого самоврядування отримали більше повноважень у сфері освіти, економічного розвитку, професійного навчання, на місця передано частину державних функцій з облаштування територій та розширено повноваження комун у сфері містобудування.

Одним із напрямів реформування було спрощення адміністративних процедур, яке розпочалося з ретельного аналізу існуючих адміністративних послуг. Багато зайвих процедур відмінено, складні процедури замінено на більш гнучкі, видачу дозволів передано на місцевий рівень префектам, скасовано деякі види довідок.

Також у Франції відбулося потужне реформування в інформаційній сфері, у ході якого передбачалась інформатизація на всіх рівнях, розвиток і широке використання мережі Інтернет. За допомогою інформаційних

технологій планувалося автоматизувати масові послуги, поліпшити щоденну діяльність службовців (збирання та обробку даних), умови спілкування та комунікації. Реформування публічного управління у Франції продовжується і понині. Останні адміністративні реформи здійснюються за концепцією нового менеджеризму і створення моделі інформаційної держави, де головна мета – наблизити державу до громадянина, а акцент робиться на розвиток громадського суспільства. Державна реформа має принципові орієнтири зблизити державу з громадянами та створити більш ефективний державний механізм. Реформи здійснюються з використанням нових інформаційних технологій для поліпшення діяльності управлінських структур [1–3].

Отож, зарубіжний досвід реформування систем публічного управління дає змогу зрозуміти перш за все логіку послідовності розвитку сучасної управлінської культури та детальніше усвідомити важливість європейського вибору для України. До того ж розвиток Європи показує, що необхідним є поширення загальнолюдських цінностей, розвиток соціального прогресу та постановка і досягнення спільних цілей щодо гуманних принципів і моделей суспільства. У свою чергу, досвід Франції висвітлює те, що для збереження унітарного устрою держави і підвищення ефективності публічного управління важливим є такі напрями реформування, як деконцентрація та децентралізація. Запропоновані реформи значно посилили консолідацію суспільства, визначили чітку структуру повноважень органів влади різних рівнів, впровадили механізм реалізації державної інформаційної політики, наблизили публічне управління до потреб кожного громадянина. Зазначене спонукає до проведення подальших розробок у вивченні міжнародного досвіду, звертаючи увагу на конкретні процеси, механізми та деталі впровадження тих чи інших ідей та можливість їх реалізації в місцевих умовах.

1. Берей Т. А. Закордонний досвід децентралізації: перспективи для України. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. праць. Діпропетровськ, 2011. Вип. 4 (11). С. 40–48. 2. Василенко І. А. Адміністративно-державне управління в країнах заходу: США, Великобританії, Франції, Німеччини : навч. посіб. 2-ге вид. Москва : Логос, 2001. 200 с. 3. Прокопенко Л. Л. Досвід реформування місцевого управління в країнах Європейського Союзу. *Аспекти публічного управління*. 2015. № 4 (18). С. 93–101.

Якимчук А. Ю., д.е.н., професор, **Павлюк М. О.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ШВЕЙЦАРІЇ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ УКРАЇНИ

Демократична традиція управління, яка впродовж останніх десятиріч підтвердила своє успішне існування у Швейцарії, є унікальною й для України. Якщо порівнювати швейцарську систему державного управління з іншими європейськими країнами, то тут очевидною є чітка децентралізація роботи органів державної влади. Задля оптимізації процесу прийняття й впровадження рішень, а також його наближення до безпосередніх інтересів громадян, у Швейцарії був запроваджений інституційний розподіл трьох рівнів управління: федерації, кантону та общини. Поділ влади між федерацією, кантонами й общинами в Швейцарії репрезентує таблиці.

Таблиця

Поділ влади між федерацією, кантонами та общинами в Швейцарії

	Законодавча влада		Виконавча влада	Судова влада
Федерація	Федеральні збори Національна рада 200 представників, які обираються народом	Рада кантонів: по 2 представники від кантону, які обираються народом	Федеральна Рада, 7 членів, які обираються федеральними зборами (Національним радою чи Радою кантонів)	Федеральний суд, до складу якого входить обраний Федеральними зборами 40 суддів на постійній основі та 41 федеральний суддя за сумісництвом
Кантон	Парламент кантону, від 46 до 200 осіб, які обираються народом		Державна рада, 5-7 представників, які обираються народом	Суд кантону обирається парламентом кантону чи призначається урядом
Община	Малі представництва: народні збори представників, уповноважених	Великі представництва депутатів, які обираються народом до парламенту общини	Рада громади чи міста, 5-9 представників, які обираються народом	Окружний суд для освіти чи кількох общин обирається народом чи призначається урядом

Джерело: складено за [1–4].

На кожному із рівнів управління визначаються чіткі функції й обов’язки органів влади, які реалізують органи влади у співробітництві один із одним, а також із інституціями вищого рівня. Необмежений суверенітет кантонів, який вони здійснюють у рамках тих прав, які не належать до прерогативи Союзу, зафіксований у конституції Конфедерації й доповнюється положеннями конституцій кожного окремого кантону [1].

Швейцарський досвід може бути вивчений та в подальшому застосований в українській практиці, зокрема під час проведення децентралізації й реформ місцевого самоврядування. Як показала швейцарська модель, передача повноважень від центру на місця – в кантони та общини – не лише не знижує, але й, навпаки, підвищує ефективність державного управління в країні. Перебуваючи на місцях, урядовці

отримують усі можливості для вивчення актуальних для суспільства проблем й можуть спланувати оптимальне використання ресурсів для їх розв'язання. Цей досвід стане невід'ємним для Української держави, яка проголосила своєю метою формування системи публічного адміністрування, наближеного до потреб і запитів людей. У такій ситуації головним пріоритетом діяльності органів державної влади на будь-якому рівні має стати служіння українському народові й дотримання національних інтересів.

Окремим позитивним здобутком швейцарської демократії є розгалужений інструментарій прямої демократії, який дає змогу громадянам бути активними учасниками політичного процесу. Завдяки референдуму, законодавчим ініціативам, виборам, проведенню публічних, річних зібрань виборців, громадяни можуть безпосередньо презентувати власні інтереси, впливаючи тим самим на рішення державних органів влади. Відмінності існують також щодо тих питань, які можуть бути винесені на публічний розгляд. Прикладом цього виступає процедура референдуму, яка застосовується в Швейцарії з широкого кола питань: фінанси, планування, управління, становище кантону відносно федерації, тощо [2].

Механізми прямої демократії є надзвичайно дієвими в системі прийняття й реалізації рішень Швейцарії, оскільки вони спонукають урядовців шукати компромісів щодо дуже складних питань. У разі неврахування позиції певної соціальної групи виникає загроза того, що це питання потрапить на широке обговорення громадськості та в подальшому – на референдум [3].

Задля успішного проведення адміністративної реформи, метою якої було проголошене поетапне створення такої системи державного управління, що забезпечить становлення України як високорозвинутої, правової, цивілізованої європейської держави з високим рівнем життя, соціальної стабільності, культури й демократії, особливо цікавим для України є досвід Швейцарії в модернізації системи державної служби. Використовуючи нові способи і методи керівництва в рамках концепції “нового публічного управління”, Швейцарії вдалося досягнути чіткого розмежування у сфері фінансового управління, наданні послуг, а також стратегічного та оперативного планування [2–4]. Незважаючи на те, що в процесі реформ відбувалося кадрове скорочення, кількість послуг, які надавалися органами державної влади, та їх ефективність, постійно зростали.

1. Швейцарія та світ. www.eda.admin.ch : вебсайт. URL: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/politik/die-schweiz-und-die-welt.html> (дата звернення: 14.03.2021). 2. Швейцарська економіка. www.eda.admin.ch : вебсайт. URL: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/wirtschaft/uebersicht.html> (дата звернення: 14.03.2021). 3. Швейцарська політична система. www.eda.admin.ch : вебсайт. URL: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/politik/uebersicht.html> (дата звернення: 14.03.2021). 4. Наука та дослідження Швейцарії. www.eda.admin.ch : вебсайт. URL: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/bildung-wissenschaft/wissenschaft-forschung.html> (дата звернення: 14.03.2021).

Якимчук А. Ю., д.е.н., професор, **Сайчишина С. С.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ СЛОВАЧЧИНИ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Європейські держави пройшли важкий шлях трансформації своїх систем управління згідно вимог Європейського Союзу, адаптації законодавства, уніфікації грошової одиниці, економічної співпраці й кооперації праці. Все це стало можливим завдяки поєднанню зусиль як органів державної влади, так й громадянського суспільства й бізнесу. Основним об'єктом, на що спрямовано увагу була фактична система публічного адміністрування кожної держави та її трансформація у єдину, європейську. Саме тому такий успішний досвід нині цікавий задля удосконалення системи публічного адміністрування України. Насамперед, науковий і практичний інтерес становить розуміння терміну «публічне адміністрування». Публічне адміністрування – термін, який останнім часом досить часто зустрічається у науковій літературі з державного управління. Цей термін викликає науковий інтерес і зумовлює актуальність досліджень, що спрямовані на розкриття його сутності, змісту, теорії і практики державного правління в різних країнах. Під публічним управлінням, у широкому сенсі, розуміють систему адміністративних інститутів із ієрархією влади, за допомогою якої відповідальність за виконання державних рішень спускається зверху донизу. Саме це, широке, розуміння даного поняття, в сучасній науковій літературі відповідає такому поняттю, як «державне управління». Обидва цих поняття пов'язані з трьома сферами влади, а саме законодавчою, виконавчою й судовою.

Оскільки на сьогодні Україна має таку велику мету увійти до країн Європейського Союзу, доцільно вивчити досвід управління Словаччини, адже це одна з країн Європи, яка здолала цей шлях і, що головне, готова поділитися своїми здобутками.

Словаччина є унітарною державою та парламентською республікою, президент якої має досить широкі повноваження. Згідно з Конституцією, влада Словацької Республіки поділяється на законодавчу, виконавчу і судову гілки. Президент є главою держави, представляє державу у внутрішніх і зовнішніх відносинах та обирається шляхом загальних і прямих виборів на термін 5 років. Законодавчу владу представляє парламент – Національна рада Словацької Республіки, законотворчий орган, склад якого формують 150 депутатів, яких обирають на парламентських виборах на термін 4 роки. Найвищим органом виконавчої влади є Уряд Словаччини, який формується зі коаліції в парламенті. Уряду очолює Прем'єр-міністр Словаччини, крім того, до складу Уряду входять 14 міністрів. Судову владу здійснюють органи судової системи держави,

представлені судами загальної юрисдикції та іншими судами. Найвищим судом загальної юрисдикції є Верховний суд Словацької Республіки, на нижчих рівнях перебувають окружні й крайські суди, організовані на основі адміністративно-територіального поділу та принципу ефективності. До системи судів загальної юрисдикції не належать Конституційний суд, Спеціальний суд й військові суди.

У процесі розбудови власної державності Словацька Республіка пройшла складний шлях децентралізаційних реформ, результати яких свідчать про функціонування в країні системи публічного управління європейського рівня. Уряд Словаччини затвердив Концепцію децентралізації, яка базується на трьох складових:

I. Територіальна реформа. В результаті її реалізації було створено другий рівень місцевого самоврядування (так звані вищі територіальні одиниці – обласне самоврядування), завдяки якому розв’язують спільні проблеми та реалізують спільні інтереси громад і європейського суспільства.

II. Адміністративна реформа, яка полягала в удосконаленні системи органів влади й механізмів їх формування.

III. Децентралізація публічного адміністрування, яка охоплює часткову передачу повноважень та відповідальність на рівень місцевого самоврядування.

З точки зору вихідних умов і визначення загальної стратегії реформ словацький досвід є важливим для України.

Аналіз публічного управління Словаччини, засвідчив можливість врахування словацького досвіду Україною, яка також проголосила курс на модернізацію і адаптацію системи публічного управління до вимог Європейського Союзу.

У процесі постсоціалістичного розвитку, розбудови власної державності та реалізації євроінтеграційного курсу Словацька Республіка пройшла складним шляхом децентралізаційних реформ, результати яких є прикладом функціонування в країні системи публічного управління європейського зразка. Таким чином досвід Словаччини зі здійснення реформ, підготовки до вступу до Європейського Союзу є надзвичайно цінним і корисним для України.

1. Світові моделі державного управління: досвід для України / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. В. Загороднюка, П. І. Крайніка, Х. М. Дейнеги. Київ : НАДУ, 2012. С. 329. 2. Світові моделі державного управління: досвід для України / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. В. Загороднюка, П. І. Крайніка, Х. М. Дейнеги. Київ : НАДУ, 2012. С. 331–338. 3. Світові моделі державного управління: досвід для України / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. В. Загороднюка, П. І. Крайніка, Х. М. Дейнеги. Київ : НАДУ, 2012. С. 347–348. 4. Химинець В. В., Цімболинець Г. І. Досвід реформ державного управління Словацької Республіки (1990–2006 роки) для процесу децентралізації в Україні. ДВНЗ «УжНУ»: вебсайт. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib.pdf> (дата звернення: 07.03.2021).

Якимчук А. Ю., д.е.н., професор, **Сиротюк О. В.**, студент
(Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне)

ПОЗИТИВНИЙ ДОСВІД ЯПОНІЇ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Сучасна Японія за територією приблизно дорівнює Німеччині, її населення становить понад 126 млн. осіб (з яких 99,4% – японці). Це одна з найбільш технологічно високорозвинених країн світу. Японія займає третє місце у світі за обсягом ВВП на душу населення (після США і Китаю) і шосте – за часткою ВВП на душу населення, поряд зі Швейцарією і Люксембургом [2].

Симбіоз сильних традицій – західної і національної (за старовинною формулою Ваконе уосай – «японський дух, вченість європейська») – утворив на рідкість гармонійне ціле, яке дало життя японської пасіонарності і може служити ключем до розшифрування секрету «японського економічного дива». Специфічні традиції управління, які впродовж останніх років підтвердила своє успішне існування у Японії, тому досвід з цих питань є надзвичайно релевантним – слушним для України. Він доводить, що одним із ключових факторів успішної трансформації є системна взаємодія Уряду та регіональних влад, постійна комунікація та створення ефективного діалогу між владою, бізнесом та освітніми інституціями.

Друга світова війна завдала значної шкоди японській економіці. Випуск промислової продукції в 1945 році становив 28,5% від рівня 1935–1937 рр. Якщо в 1948 р в інших переможених країнах обсяг виробництва наблизився до довоєнного рівня, то в Японії він досяг тільки 52%. Надзвичайними були розміри інфляції. Японії не була надана допомога за планом Маршалла, а надана тільки гуманітарна допомога в розмірі 2,3 млрд дол. Японія була окупована військами США, які виступали від імені всіх союзних держав і практично здійснювали верховну владу в країні: формували державний бюджет, контролювали фінанси, зовнішню торгівлю, органи правосуддя, поліцію. США почали проводити в Японії політику демілітаризації відповідно до американських стандартів, а правлячі кола Японії бачили в США не тільки свого союзника в мирний час, але і потенційного помічника [5].

У 1947 році була прийнята нова Конституція Японії, відповідно до якої країна стала конституційною парламентською монархією. Текст післявоєнної Конституції підготували американські юристи з штабу окупаційних військ з урахуванням думки японських експертів і політиків.

Особливостями Конституції Японії 1947 року стало закріплення трьох головних принципів:

- 1) Народного суверенітету;
- 2) Дотримання основних прав і свобод громадян;
- 3) Принцип пацифізму – відмови від війни і створення регулярних збройних сил.

Була закріплена антимілітаристська спрямованість, була введена заборона на виробництво, зберігання і використання ядерної зброї.

Конституція проголосила відмову від війни, як засобу вирішення міжнародних конфліктів і формування власних збройних сил. Передбачалося лише формування сил самооборони і виділення на ці цілі всього лише 1% ВВП, що дозволило переорієнтувати фінансові кошти на прискорення перебудови економіки [3].

Роль США в трансформації японської політичної культури важко переоцінити. Незважаючи на бомби, скинуті на Хіросіму і Нагасакі, і на інтернування японців в Америці під час війни на Тихому океані, в національній пам'яті японців закріпилися не стільки трагічні сторінки конфлікту, скільки успішна модернізація в окупаційний період, подяку за «парасольку безпеки» і, головне, надія на добробут і краще життя, яку принесли американці. Завдяки збереженню архетипу національної ментальності та традицій, Америка стала розглядатися більшістю жителів країни як своєрідний оберіг Японії.

Японія є унітарною державою, проте її адміністративно-територіальний устрій має свою специфіку через існування в країні розвинутої мережі муніципальних органів та інституцій. Ієрархічна система адміністративно-територіального розподілу будується на дворівневій основі. Верхню ланку утворюють 47 префектур Японії; нижню – становлять невеликі міста, селища і сільські громади. Столиця країни місто Токіо адміністративно складається з 23 спеціальних районів, що прирівняні до міст [1].

Єдиним законодавчим органом Японії є парламент, що складається з двох палат: нижня – Палата представників обирається на 4 роки в кількості 500 депутатів; верхня – Палата радників складається з 252 осіб, які обираються на 6 років, з обов'язковою ротацією наполовину через 3 роки.

Вибори до представницьких інститутів влади в Японії, як і в інших демократіях, проводяться на основі загального виборчого права шляхом таємного голосування; дискримінація у виборчих правах не допускається, у тому числі за ознаками статі, майнового стану чи доходів.

Глава держави Японії – імператор знаходиться при владі довічно, його трон успадковується за династичною системою. Відповідно до Конституції 1947 року особа імператора більше не визнається священною й існує лише як символ держави і єдності нації, це надає даному інституту влади вагомому узгоджувального потенціалу під час можливих соціальних і політико-правових конфліктів. Єдиним же носієм державного суверенітету є народ.

На практиці усією повнотою виконавчої влади в Японії розпоряджається Кабінет міністрів. Головну роль у Кабінеті відіграє прем'єр-міністр Японії, який фактично призначає і звільняє членів уряду, врегульовує розбіжності між його членами, забезпечує єдність та узгодженість діяльності та підписує укази. Засідання уряду регулюються звичаєм, вони закриті для публіки, рішення приймаються не шляхом голосування, а одноголосно чи на основі вироблення консенсусу.

Про ефективність роботи даного уряду можна навести на прикладі відповіді японського уряду на виклики глобалізації, яка знайшла своє вираження в курсі на адаптацію до умов глобалізації, приведення всіх сфер життя у відповідність з глобальними викликами [4].

Місцевим законодавчим органом є муніципальні збори. Але в країні діють в інтересах усього суспільства механізми прямого контролю

центральної влади за діяльністю органів муніципального управління, особливо у фінансовій системі, сфері освіти, охорони здоров'я, діяльності поліції тощо. Це надає політиці державного управління сталого, узгодженого характеру.

Для проведення ефективної децентралізації влади в Україні, необхідно врахувати наступні моменти та особливості сучасного державного управління Японії. Так, при уряді Японії створена широка мережа консультативних органів, діяльність яких свідчить про розвиненість громадянського суспільства в Японії та її близькість до західних плюралістичних демократій. Вони тісно співпрацюють з організаціями підприємців, профспілками, академічними колами, членами парламенту, держслужбовцями вищих рангів; узагальнюють соціально значущу інформацію і проводять незалежну експертизу політичних рішень, здійснюючи певний контроль за діями бюрократичного апарату держави.

Демонополізація економіки дозволила сформувати на внутрішньому ринку конкурентне середовище і привела до розвитку малого підприємництва. Антимонополістичні заходи дали поштовх перебудові старої структури японських концернів та оновленню методів керівництва виробництвом при збереженні накопиченого потенціалу. Однак в умовах демонополізації найбільші дзайбацу – фінансово-промислові групи («Міцубісі», «Міцубісі», «Сумімото», «Ясуда»), все ж таки, зберегли свою економічну і фінансову базу і незабаром знову зайняли панівне становище в економіці. Даний досвід демонополізації буде дуже корисним для економіки України, особливо в паливно-енергетичному комплексі.

Реформа податкової системи в Україні за зразком японської – дозволить знизити податки на корпорації на основі переоцінки вартості основного капіталу, тому що будуть скасовані податки на надприбуток при збільшенні оподаткування трудящих. Це створить сприятливі умови для прискореного накопичення капіталу, підвищення темпів економічного зростання на зразок тих, що вже відбулися у країні Вранішнього Сонця.

1. Амосов О., Гавкалова Н. Моделі публічного адміністрування (архетипова парадигма). *Публічне управління: теорія і практика* : зб. наук. праць. Асоціації докторів наук з державного управління. Спец. вип. 2013. Черв. С. 6–13.
2. Вахович В. Р. Концептуальні засади дослідження сталого розвитку суспільства. [wp.viem.edu.ua](http://wp.viem.edu.ua/konfu/art.php?id=0105); вебсайт. URL: <http://wp.viem.edu.ua/konfu/art.php?id=0105> (дата звернення: 30.05.2020).
3. Малий І. Й. Генеза публічного управління і адміністрування в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 24. С. 17–21. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2017/5.pdf (дата звернення: 30.05.2020).
4. Москаленко О. Цивілізаційні чинники випереджаючого економічного розвитку Японії та Китаю. *Вісник Тернопільського національного економічного університету* : науковий журнал. 2013. № 1. С. 134–145.
5. Павлішина Л. Роль верхньої палати Парламенту Японії у законодавчому процесі. *Право України*. 2000. № 4. С. 118–120.
6. Приходченко Л. Сутність понять механізмів держави, державного управління та державного регулювання. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. пр. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. Вип. 3 (35). С. 61–68.
7. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія / за заг. ред. Чернова С., Воронкова В., Банаха В. та ін. Запоріжжя : ЗДІА, 2016. 606 с.
8. Конституционное право зарубежных стран / под общей ред. М. В. Баглая, Ю. И. Лейбо, Л. М. Энтина. Москва : НОРМА, 2002. 832 с.

Якимчук Ю. О., студент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВИТРАТИ НА НАЦІОНАЛЬНУ ОБОРОНУ В СВІТІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Україна в умовах військово-політичної нестабільності та в результаті гібридної війни, якої зазнала з боку Російської Федерації, в останні роки неухильно почала збільшувати витрати на військову безпеку. І це правильна стратегія держави, оскільки питання національної безпеки є державним пріоритетом її розвитку. Нині Україна увійшла в світовий рейтинг сорока країн за найбільшими витратами на оборону, за рейтингом SIPRI [1].

Відомо, що світові витрати на оборону у 2019 році збільшилися до 1,92 трлн дол. США, що є найбільшим зростанням за останнє десятиліття [2]. Про це йдеться в черговому звіті Стокгольмського міжнародного інституту досліджень проблем миру (SIPRI), що був оприлюднений 27 квітня 2020 року [1]. Отож, такі світові безпекові лідери як США, Китай, Індія, Росія та Саудівська Аравія належать до п'ятірки топ-країн з найбільшими видатками на оборону (табл. 1). Згадані вище держави профінансували понад 62% світових військових витрат у минулому 2020 році. Порівно з 2018 роком, загальні світові військові витрати зросли на 3,6%, що склало найбільший річний приріст витрат із 2010 року. Зокрема, у 2019 році військові витрати США збільшилися на 5,3%, що становили 732 млрд дол., тобто 38% світових витрат. Військові витрати Китаю сягнули 261 млрд дол. в 2019 році, або на 5,1% більше, ніж роком раніше.

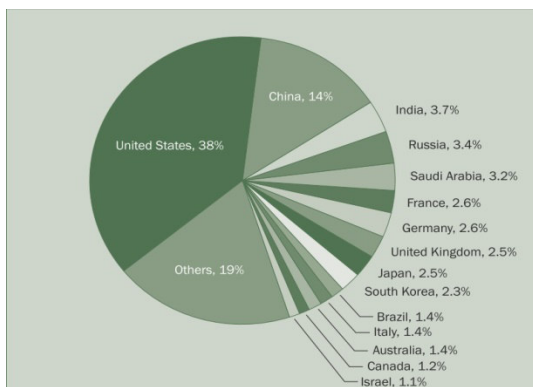


Рисунок. Витрати на оборону за державами-лідерами у 2019 р.

Джерело: SIPRI Fact Sheet, квітень 2020 [1–3].

Дані щодо фінансування витрат на оборону світовими лідерами репрезентує таблиця.

Таблиця

Фінансування витрат на оборону державами-лідерами у 2019 р.

Країна	Фінансування оборони		Рейтинг (місце) у 2018 році	Частка у світових витратах, %
	у % до ВВП	Сума, млрд дол.		
США	3,4	732	1	38
Китай	1,9	261	2	14
Індія	2,4	71,1	3	3,7
Росія	3,9	65,1	4	3,4
Саудівська Аравія	8,0	61,9	5	3,2
Франція	1,9	50,1	6	2,6
Німеччина	1,3	49,3	7	2,6
Великобританія	1,7	48,7	8	2,5
Японія	0,9	47,6	9	2,5
Південна Корея	2,7	43,9	10	1,3
Бразилія	1,5	26,9	11	1,4
Італія	1,4	26,8	12	1,4
Австралія	1,9	25,9	13	1,4
Канада	1,3	22,2	14	1,2
Ізраїль	5,3	20,5	15	1,1
Туреччина	2,7	20,4	16	1,1
Іспанія	1,2	17,2	17	0,9
Іран	2,3	12,6	18	0,7
Нідерланди	1,3	12,1	19	0,6
Польща	2,0	11,9	20	0,6
Сінгапур	3,2	11,2	21	0,6
Тайвань	1,7	10,4	22	0,5
Алжир	6,0	10,3	23	0,5
Пакистан	4,0	10,3	24	0,5
Колумбія	3,2	10,1	25	0,5
Кувейт	5,6	7,7	26	0,4
Індонезія	0,7	7,7	27	0,4
Ірак	3,5	7,6	28	0,4
Таїланд	1,3	7,3	29	0,4
Норвегія	1,7	7,0	30	0,4
Оман	8,8	6,7	31	0,4
Мексика	1,5	6,5	32	0,3
Швеція	1,1	5,9	33	0,3
Греція	2,6	5,5	34	0,3
Україна	3,4	5,2	35	0,3
Чилі	1,8	5,2	36	0,3
Швейцарія	0,7	5,2	37	0,3
Румунія	2,0	4,9	38	0,3
Бельгія	0,9	4,8	39	0,3
Німеччина	1,3	4,6	40	0,2

Джерело: складено за [1–4].

Потрібно зазначити, що країна-агресор Росія також продемонструвала тенденцію продовження впродовж двох десятиліть збільшення своїх військових витрат, які склали 65,1 млрд дол. в 2019 році. Це є на 4,5% більше, ніж у 2018 році. Привертає увагу той факт, що порівняно із

2000 роком, військові витрати Росії зросли на 175%, і наразі на них припадає 88% військових витрат у Східній Європі. На думку експертів, військові витрати Росії, які складають 3,9% ВВП, стали одними з найвищих в Європі у 2019 році [1–3].

Збільшення витрат на національну оборону спостерігається у всіх 29 країн-членів НАТО, що сумарно становили 1,04 трлн дол. При цьому значно такі військові витрати збільшилися завдяки Німеччині (на 10% – до 49,3 млрд дол.) та країнам альянсу Центральної та Східної Європи. Варто зазначити, що Болгарія у 2019 році збільшила витрати на 127% на купівлю нових бойових літаків, Румунія на 17%, а Польща, на яку в 2019 році припадало 38% від загального числа військових витрат країн Центральної Європи, збільшила ці витрати на 51% за останнє десятиліття [1–4].

За даними звіту Стокгольмського міжнародного інституту досліджень проблем миру (SIPRI), Україна у 2019 році увійшла у ТОП-40 країн з найбільшими витратами на оборону зайнявши 35 позицію. За оцінками Стокгольмського інституту країна витратила 5,2 млрд дол. на військові потреби, що на 9,3% більше, ніж позаторік. У 2018 Україна для нарощування оборонних сил витратила на 21% більше, ніж роком раніше – 4,8 млрд дол. Глобальні військові витрати торік зросли найбільше за останнє десятиліття.

Саме Німеччина стала лідером за витратами на національну безпеку у Європі. Про це йдеться у доповіді Стокгольмського міжнародного інституту досліджень проблем миру (SIPRI) про тенденції у військових витратах основних країн-гравців у 2019 році [4]. Загальна сума військових витрат за 2019 рік є збільшенням на 3,6 відсотка в порівнянні з 2018 роком, що є найістотнішим щорічним зростання витрат з часів 2010 року. Звісно, що зростання військових витрат Німеччини частково можна пояснити сприйняттям збільшеної загрози з боку Росії, яке не поділяють багато держав-членів Організації Північноатлантичного договору (НАТО). Загальні військові витрати всіх 29 держав-членів НАТО в 2019 році склали 1,035 трильйона доларів. У 2019 році Росія стала четвертою у світі за військовими витратами, збільшивши на 4,5 відсотка, до 65,1 мільярда доларів. При 3,9% ВВП тягар військових витрат Росії був одним з найвищих в Європі в 2019 році [4].

Незважаючи на значне скорочення податкових надходжень через пандемію коронавірусу, держави НАТО торік виділили на військові потреби майже 1,1 трлн доларів, тобто на 2,7% більше, ніж роком раніше.

Якщо проаналізувати витрати на оборону, наведені у табл. 1, то можна спостерігати таку тенденцію: найбільший приріст витрат (3,9%) зафіксовано у США, які вже тривалий час намагаються домогтися більш збалансованого розподілу витрат на оборону між країнами-членами НАТО. У 2020 році США виділили на військові потреби близько 785 млрд доларів. Це майже в 2,4 рази більше, ніж всі інші 29 країн-партнерів, разом узяті, і найвища частка ВВП (3,7%) [2–3].

США домагаються, аби партнери НАТО якомога швидше почали виділяти на оборону не менше 2% свого ВВП. Торік лише десять держав альянсу досягли цієї мети – Словаччина, Греція, Великобританія, Румунія, Польща, Франція, Норвегія, Естонія, Латвія і Литва. Німеччина як і раніше далеко від виконання вимог США: в 2020 році вона виділила на оборону 51,6 млрд євро – 1,56% її ВВП.

Нині найважливішим викликом сьогодення для багатьох держав світу є досягнення ефективної системи національної і глобальної безпеки. Можливо її досягти тільки за рахунок спільних дій та сприяння з боку НАТО для України. Саме Альянс здатний впоратися із таким серйозним викликом як агресивні дії Росії. З цієї причини держави мають об'єднувати свої зусилля у зміцненні глобальної безпеки задля збереження миру й забезпечення безпеки для належної життєдіяльності всього людства.

1. Витрати на оборону в світі у 2019 році зросли найбільше за останнє десятиліття – SIPRI. Defense Express : вебсайт. URL: defence-ua.com (дата звернення: 11.03.2021).
2. Витрати на оборону – Україна майже встановила світовий рекорд. Апостроф : вебсайт. URL: apostrophe.ua (дата звернення: 11.03.2021).
3. Країни НАТО збільшили витрати на оборону, незважаючи на пандемію. LB.ua : вебсайт. URL: <https://lb.ua> (дата звернення: 11.03.2021).
4. Німеччина найбільше в Європі наростила витрати на оборону. Європейська правда : вебсайт. URL: eurointegration.com.ua (дата звернення: 11.03.2021).
5. Світові моделі державного управління: досвід для України / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, С. В. Загороднюка, П. І. Крайніка, Х. М. Дейнеги. Київ : НАДУ, 2012. С. 329.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Антонюк О. Р., д.е.н., професор, **Велігурська А. М.**, студентка
(Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

У сфері діяльності суб'єктів державного сектору змінюються пріоритети у функціонуванні контролю – актуальним є виявлення, оцінка та встановлення способів реагування на ризики, розробки заходів з їх усунення, зменшення впливу ризиків на діяльність. Сучасний бюджетний процес потребує дотримання фінансово-бюджетної дисципліни усіма учасниками. Реалізація ефективного контролю за діяльністю суб'єктів державного сектору є найважливішим фактором зміцнення довіри суспільства до державної влади. Контроль є основним джерелом інформації для виявлення причин порушень, що виникають у процесі управління державними фінансами та державною власністю.

Останні роки є впровадження системи фінансового управління і контролю та посилення управлінської підзвітності (відповідальності) на операційному рівні в державному секторі [1; 2; 3]. Під фінансовим управлінням та контролем (ФУК) розуміється як система, що забезпечує планування, використання та контроль за фінансовими ресурсами з метою ефективного та результативного досягнення поставлених перед установою цілей. Процес ФУК є безперервним та стосується керівників усіх рівнів та працівників установи, а заходи ФУК, що діють в установі повинні, в першу чергу, забезпечити керівнику достатні гарантії того, що установа досягне поставлених цілей, її діяльність буде ефективною і результативною, у відповідному правовому полі, а звіти (фінансові та не фінансові, внутрішні та зовнішні) міститимуть надійну інформацію.

Для належного функціонування системи фінансового управління та контролю потрібне належне методичне та організаційне забезпечення складових компонентів цієї системи: «середовище контролю», «оцінка ризиків», «заходи контролю», «інформація та комунікація», «моніторинг».

Моніторинг стану організації та функціонування внутрішнього контролю в державних органах здійснює Державна аудиторська служба України [4] та інші органи в межах своїх повноважень. Загалом державними органами формалізовано та забезпечено функціонування відповідних елементів внутрішнього контролю. Що стосується внутрішнього середовища контролю, то у більшості державних органів не врегульовано/не задокументовано питання щодо встановлення мети (місії), цілей, планів

діяльності установи, складення та подання звітності про результати діяльності. Проте:

- «20 органами (22%) встановлена мета (місія) державних органів (визначена не лише положенням про ці органи або планами їх діяльності);
- 47 органами (51%) затверджено плани діяльності установи на середньостроковий період із встановленими стратегічними цілями;
- 12 органами (13%) затверджено внутрішні розпорядчі документи по встановленню/визначенню стратегічних цілей;
- 31 органом (34%) затверджено внутрішні розпорядчі документи з питань організації планування діяльності установи;
- 17 органами (18%) затверджено внутрішні розпорядчі документи з питань складення звітності про досягнення визначеної мети (місії), стратегічних цілей, планів роботи (річних, операційних)» [5].

Потребує вдосконалення діяльність з ідентифікації та оцінювання ризиків, адже імовірність виникнення ризику – можливість настання несприятливої події у певний проміжок часу. Наслідки ризику – результат події, що має вплив на здатність установи виконувати визначені актами законодавства завдання й функції для досягнення нею мети та стратегічних цілей.

У більшості державних органів не запроваджено системної діяльності з управління ризиками. Проте у них спостерігаються позитивні зрушення щодо запровадження та здійснення діяльності з управління ризиками:

- 59 органів (64%) унормування діяльності з управління ризиками;
- 38 органів (41%) прийняття керівництвом управлінських рішень за результатами інформування про проведену оцінку ризиків та ризикові сфери діяльності;
- 56 органів (61%) здійснення документування діяльності з управління ризиками [5].

В організаціях значна роль відводиться заходам контролю. Заходи контролю – це сукупність запроваджених в установі управлінських дій, що здійснюються керівництвом та працівниками установи для впливу на ризики з метою досягнення установою визначених цілей та завдань. Типовими заходами контролю для забезпечення достовірності даних обліку та звітності є:

- ✓ отримання дозволу відповідальних посадових осіб на виконання операцій через процедуру візування, погодження та затвердження;
- ✓ розмежування обов'язків між працівниками для зниження ризиків допущення помилок чи протиправних дій;
- ✓ контроль за доступом до матеріальних і нематеріальних ресурсів, облікових записів тощо; правила і вимоги до здійснення операцій та контроль за законністю їх виконання;
- ✓ звірка облікових даних з фактичними;
- ✓ оцінка загальних результатів діяльності установи;
- ✓ контроль за виконанням документів тощо.

В державних органах в цілому моніторинг обмежується лише заходами щодо перевірок відповідності (дотримання процедур і правил), моніторингу операційних рішень, проте не спрямований на відстеження стану організації та функціонування системи внутрішнього контролю в цілому та/або окремих його елементів та вжиття заходів для усунення відхилень. Проте:

- 31 органом (34%) – надано інформацію щодо виявлених відхилень та недоліків у системі внутрішнього контролю установи.
- забезпечено інформування керівництва установи про виявлені відхилення та недоліки у системі внутрішнього контролю
- прийнято керівництвом лише 23 органів відповідні управлінські рішення для усунення виявлених відхилень і недоліків.
- 37 органами (46%) повідомлено про здійснення документування заходів моніторингу та відстеження результатів впровадження заходів контролю. [5].

Отже, у 2019–2020 роках державними органами вжито низку заходів з удосконалення системи внутрішнього контролю, зокрема, затверджено внутрішні розпорядчі документи з питань організації та здійснення внутрішнього контролю та управління ризиками, створено відповідні робочі групи з управління ризиками, затверджено відповідні плани заходів. Поряд з цим залишається низка недоліків як у запровадженні комплексної системи внутрішнього контролю, та, зокрема з оцінки ризиків діяльності суб'єкта державного сектору, що потребують подальшого вдосконалення на практиці.

1. Skoryk M. O. Risk management tools in the system of public financial control. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7932> (дата звернення: 15.03.2021). 2. Lutsik J., Mazka S., Mirnenko V., Begma V., Ulianov K. & Yurkiv N. Improving the effectiveness of public financial control through the introduction of risk – oriented planning. *Social development & Security*. 2019. 9 (4), P. 41–60. URL: <https://paperssds.eu/index.php/JSPSDS/article/view/125/126> (дата звернення: 15.03.2021). 3. Внутрішній аудит: від теорії до практики : практ. посіб. для розпорядників бюджетних коштів місцевих бюджетів. Київ : LOGICA, 2020. 28 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/557/30.03.2020.pdf> (дата звернення: 15.03.2021). 4. Офіційний сайт Державної аудиторської служби України. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua> (дата звернення: 15.03.2021). 5. Інформація про стан внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту у 2019 році. МФУ : вебсайт. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/news/funktsionuvannia_derzhavnogo_vnutrishnogo_finansovogo_kontroliu_u_2019_rotsi-2127 (дата звернення: 15.03.2021).

Бондарчук К., студентка, **Павлюк В.**, студент, **Чепелюк Н.**, студентка
Науковий керівник: Міклуха О. Л., к.е.н., доцент **Позняковська Н. М.**,
 к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та
 природокористування, м. Рівне)

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

В епоху діджиталізації, переходу до Індустрії 4.0, головним ресурсом є інформація. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизація та роботизація виробничих процесів посилює значення інформаційної безпеки.

Для економічної безпеки підприємства необхідно впровадити систему протидії потенційним і реальним інформаційним загрозам, що має забезпечувати суб'єкту господарювання успішність функціонування в нестабільних умовах зовнішнього та внутрішнього середовища.

Особливий інтерес викликає дослідження ризиків, які виникають в установах державного сектору в контексті інформаційної безпеки.

На прикладі Управління освіти виконавчого комітету Рівненської міської ради проведений аналіз відкритої інформації (таблиця).

Таблиця

Інформаційна відкритість Управління освіти виконавчого комітету
 Рівненської міської ради*

Доступні ресурси	Ділова інформація	Додаткова неформальна інформація
Офіційний сайт: http://rosvita.rv.ua/ypravliny.html [1]	Фінансова звітність, кошториси, паспорти програм, положення про управління, структура	сайти шкіл, заклади дошкільної освіти, моніторинг якості освіти
facebook: https://www.facebook.com/Rivne.departmentofeducation/	оголошення	інформація про проведену роботу та оголошення
Офіційний сайт Рівненської міської ради: http://rivnerada.gov.ua/portal/view-department/3 [2]	відомості про керівників та заступників та графік роботи; фінансова звітність; інформація про заклади освіти	інформація про вакансії
Офіційний сайт YouControl: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/25675242/ [3]	інформація про форму власності, наявність боргів та судових рішень	історія змін назви, адреси, тощо

продовження таблиці

Офіційний сайт ЄДЕБО: https://registry.edbo.gov.ua/university[4]	інформація про заклад: назва, сайт, телефон	
Офіційний сайт Опендабот: https://opendatabot.ua/c/25675242	інформація про дату створення та наявність судових рішень	інформація про зміну керівника
Офіційний сайт Закупкі.пром: https://zakupki.prom.ua Офіційний сайт Закупкі.юа: https://zakupki.com.ua Офіційний сайт: Dozorro: https://dozorro.org/profile , Офіційний сайт Держзакупівлі.онлайн: https://www.dzo.com.ua Офіційний сайт IZI.TRADE: https://izi.trade/tenders	інформація про проведені тендерні закупівлі, інформація про суми та переможця тендеру	
Портал відкритих даних: https://data.gov.ua	інформація про склад працівників управління з вказанням робочих телефонів	
Офіційний сайт Україна.ІСЧО	інформація про управління: керівник, телефони, сайт, пошта	кількість закладів освіти, відповідальні за підручники
Офіційний сайт сайт Інспекційний портал: https://inspections.gov.ua	інформація про установу: визначення ступеня ризику за сферами контролю та дати останніх перевірок	
Офіційний сайт фонду соціального страхування України: http://www.fse.gov.ua		інформація про зустріч з працівниками
Офіційний сайт Держаудитслужби: http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/uk/publish	інформація про проведення перевірки та її результатів	

**Складено автором*

Після проведення первинної оцінки інформаційних ризиків організації не було виявлено інформацію, що може нести небезпеку. Проте уразливою може бути інформаційна інфраструктура даної організації.

Виділимо такі рівні інформаційної інфраструктури:

- фізичний (присутній ризик перехоплення сигналу апаратних засобів, ліній зв'язку)
- мережевий (пошкодження маршрутизаторів, комутаторів тощо, що виведе з ладу роботу організації)
- системний (здійснення кібератак операційної системи, системи управління даними).

Для забезпечення ефективної інформаційної безпеки Управління освіти виконавчого комітету Рівненської міської ради потрібно визначити основне призначення техніки чи програми та склад осіб, що підтримують функціонування та використовують його. Та найголовніше, необхідно здійснити аналіз щодо чутливості кожного елемента до інформаційних ризиків.

У сучасних умовах господарювання, коли інформаційні технології набувають глобального характеру, інформаційна безпека є невід'ємною складовою системи економічної безпеки установ й економічної безпеки держави загалом, тому слід розвивати систему інформаційної безпеки з метою захисту власної інформаційно-комунікативної системи від зовнішніх та внутрішніх ризиків, що можуть нашкодити суб'єкту державного сектору.

1. Офіційний сайт Управління освіти виконавчого комітету Рівненської міської ради. URL: <http://rosvita.rv.ua/ypravliny.html> (дата звернення: 01.04.2021). **2.** Офіційний сайт Рівненської міської ради. URL: <http://rivnerada.gov.ua/portal/view-department/3> (дата звернення: 01.04.2021) **3.** YouControl : вебсайт. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/25675242 (дата звернення: 01.04.2021) **4.** ЄДЕБО : вебсайт. URL: <https://registry.edbo.gov.ua/university> (дата звернення: 01.04.2021).

Гаврилюк О., студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)
Науковий керівник: Міклуха О. Л., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне),
Случак Н. А., к.е.н., викладач вищої категорії (Березнівський лісотехнічний коледж НУВГП, м. Березне)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ЛИВАРНО-МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД «ІСПОЛІН»

Дослідження Міжнародної федерації бухгалтерів серед представників малого та середнього бізнесу зі 150 країн світу показало, що 54% підприємців мали проблеми пошуку працівників «нового покоління» з необхідним компанії поєднанням навичок і вмінь [1].

Зміни у регулюванні і стандартах обліку та звітності у зв'язку з новими технологіями та карантинними обмеженнями є викликами, які ускладнюють роботу бухгалтерів, але водночас створюють можливості для професійного розвитку [2].

Актуальним для ТОВ ЛИВАРНО-МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД «ІСПОЛІН», у зв'язку з карантинном, є забезпечення віддаленого робочого місця, що включає комп'ютер чи ноутбук з підключеним до нього Інтернетом, оптимізація роботи бухгалтера шляхом зменшення обігу паперових документів. Для цього потрібно:

- внести зміни в наказ про організацію бухгалтерського обліку щодо обміну електронними первинними документами;
- повідомити своїх контрагентів про перехід на електронний документообіг та внести зміни в договори з ними;
- придбати кваліфіковані електронні підписи (КЕП/ЕЦП) для співробітників, що мають повноваження відправляти та затверджувати первинні документи;
- для документообігу можна використовувати програми М.Е.Doc (модуль «Електронний документообіг»), Flydoc, FREDO ДокМен; веб-сервіс СОТА;
- можна відмовитися від паперової звітності не тільки до ДПС та Державної служби статистики, а й до ФСС. Документи «Заява – розрахунок» та «Повідомлення про виплату коштів застрахованим особам» можна відправляти в електронному вигляді.

1. IFAC global SMP survey: 2018 summary. International Federation of Accountants : вебсайт. URL: <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IFAC-Global-SMP-2018-SUMMARY.pdf> (дата звернення: 01.04.2021) 2. Мельник Н. Г. Тенденції та виклики розвитку бухгалтерської професії. *Бізнесінформ*. 2019. № 9. С. 200–205. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-9_0-pages-200_205.pdf (дата звернення: 01.04.2021).

Зінкевич О. В., к.е.н., доцент, **Дерманська М. О.**, студентка (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕТАПІВ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Інформаційне забезпечення як основний елемент будь-якої функції управління є головним елементом системи організації аналізу господарської діяльності в цілому та підсистеми організації аналізу стану та руху основних засобів зокрема. Здатність та можливість управлінського персоналу суб'єкта господарювання зібрати інформацію, провести її аналіз та інтерпретувати значною мірою впливає на своєчасність й обґрунтованість відповідних управлінських рішень. Сіменко І. В. трактує дефініцію «інформаційне забезпечення» як «сукупність спільно діючих елементів, призначених для виконання встановлених функцій» [1, С. 201].

Основними функціями аналізу стану та руху основних засобів є оцінювально-діагностична та пошукова. Для їх виконання використовують як дані бухгалтерського обліку (первинного, синтетичного, аналітичного), так і позаоблікові дані (зовнішню та внутрішню інформацію). Таке поєднання джерел інформаційного забезпечення спричиняє синергетичний ефект аналітичної інформації, можливість задоволення потреб інформаційних запитів суб'єктів управління господарською діяльністю, в тому числі основними засобами.

Погоджуємося з твердженням науковців, що «система інформації для проведення економічного аналізу визначається його видом, метою та завданнями» [2, С. 97]. Збір та узагальнення аналітичної інформації проводиться щодо визначеного об'єкта аналізу, предмета аналізу, потреб суб'єктів аналізу тощо з урахуванням обмежень та критеріїв, що визначають доречність та корисність інформації, її диференціацію. Саме тому під час проведення аналізу виникає першочергова необхідність виокремлення причинно-наслідкової та функціональної залежності й взаємоузгодженості завдань аналізу та їх інформаційного забезпечення відповідно до запитів користувачів.

Необхідність якісної організації економічного аналізу передбачає застосування науково-обґрунтованої послідовності окремих операцій та процесів в розрізі підготовчого, основного і завершального етапів. Така побудова економічного аналізу характеризує його як технологічний процес опрацювання інформації [3, С. 87]. Сіменко І. В., Косова Т. Д. наголошують, що виділення етапів аналізу надає змогу систематизувати та оптимізувати методику, зменшити трудомісткість аналітичних процедур та підвищити отримуваний ефект [4, С. 37].

Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбаток М. І., Чумаченко М. Г. деталізують підготовчий етап аналізу та виділяють такі його процедури: розробка плану та програми аналітичної роботи; вибір і визначення

загального стану об'єкта аналізу; формування цілей і завдань аналізу та напрямків використання його результатів; розробка синтетичних та аналітичних показників, за допомогою яких характеризується об'єкт аналізу; розподіл роботи між аналітиками; розробка макетів і форм аналітичних таблиць, графіків, схем; перевірка достовірності джерел інформації та вивчення матеріалів попередніх досліджень; визначення конкретних виконавців та розподіл обов'язків між ними, а також інші організаційні питання [5, С. 164]. Проведення зазначених процедур є передумовою забезпечення якості проведення основного та завершального етапів аналізу основних засобів, однак потребує деталізації та конкретизації задля узгодження з інформаційними потребами системи управління такими активами.

Визначені на підготовчому етапі завдання аналізу основних засобів є передумовою розробки системи показників (як абсолютних, так і відносних), що опрацьовується на основному етапі аналізу, та слугує інформаційним забезпеченням для формулювання висновків та розробки пропозицій (заходів) щодо ефективності використання основних засобів. Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатов М. І., Чумаченко М. Г. до процедур основного етапу аналізу відносять: збирання та опрацювання необхідної інформації; перевірку повноти й вірогідності звітних даних, проведення арифметичного, логічного і балансового зведення показників; визначення загальних відхилень величини показників виконання завдань від базових величин; виявлення взаємодіючих факторів і обчислення їх впливу на динаміку величини показників; виявлення зайвих витрат і невикористаних можливостей підвищення ефективності виробництва [5, С. 165]. Погоджуючись в цілому із зазначеним переліком, вважаємо, що збирання та опрацювання необхідної інформації необхідно проводити на підготовчому етапі.

До процедур завершального етапу аналізу більшість науковців відносять: проведення підсумкової оцінки діяльності й узагальнення результатів аналізу; розробка висновків і пропозицій щодо прийняття належних управлінських рішень за результатами аналізу відповідно до його цілей і завдань; розробка організаційно-технічних заходів щодо усунення недоліків, підвищення ефективності використання виявлених резервів; підготовка розпорядчих актів; призначення осіб, відповідальних за виконання прийнятих рішень [1, С. 39; 3, С. 95; 5, С. 164–165; 6, С. 40]. Тобто, проводиться узагальнення масиву аналітичної інформації, зібраної під час проведення основного етапу аналізу.

Тривалість експлуатації основних засобів вимагає їх налагодженого аналітичного моніторингу протягом усього періоду експлуатації з урахуванням як на основному етапі, так і протягом завершального етапу аналізу інформаційних запитів внутрішніх та зовнішніх користувачів обліково-аналітичної інформації. Виконавці аналізу основних засобів повинні здійснювати систематизацію та узагальнення даних щодо основних

засобів як в цілому по суб'єкту господарювання, так і в розрізі окремих об'єктів основних засобів. При групуванні інформації щодо основних засобів доцільним є її відповідність інвестиційній поведінці інвесторів, що підвищує якість управління основними засобами як об'єктами реального інвестування.

Впровадження визначених процедур на кожному етапі організації аналізу основних засобів забезпечує «оптимізацію інформаційних потреб у вигляді мінімізації затрат на збір, передачу та опрацювання інформації і максимальну результативність аналітичних обґрунтувань, формувати раціональну технологію аналітичного процесу» [7, С. 87]. Результатом є досягнення повноти, своєчасності та максимальної об'єктивності аналітичної інформації як обов'язкової умови ефективного управління основними засобами. Виявлення негативних тенденцій при використанні основних засобів продукує розробку конкретних заходів виробничого (операційного), інноваційного, фінансового менеджменту і їх виконавців для підвищення ефективності управління такими активами.

Науковці вважають, що деталізація та конкретизація пропозицій з покращення показників використання основних засобів є можливою при умові застосування сучасних методів факторного аналізу, а тому пропонують: визначати коло взаємопов'язаних факторів та групувати їх; розкривати взаємозв'язок та взаємозалежність факторів; визначати та вивчати вплив факторів, що не залежать від досліджуваного об'єкта; оцінювати від'ємний вплив факторів; виявляти невикористані можливості покращення досліджуваних показників.

1. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами : методологія, організація, практика : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 394 с. **2.** Аналіз господарської діяльності : теорія, методика, розбір конкретних ситуацій, ділова гра на прикладі металургійного підприємства : навч. посіб. / за ред. д.е.н., проф. К. Ф. Ковальчука. Дніпропетровськ : Пороги, 2010. 398 с. **3.** Лазаришина І. Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика : монографія. Рівне : Національний університет водного господарства та природокористування, 2005. 369 с. **4.** Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. / за заг. ред. І. В. Сіменко, Т. Д. Косової. Київ : Центр уч. літ., 2013. 384 с. **5.** Болюх М. А. , Бурчевський В. З. , Горбаток М. І. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с. **6.** Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. / Косова Т. Д. та ін. Київ : Центр уч. літ., 2012. 528 с. **7.** Мних Є. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник. Київ : КНТЕУ, 2008. 513 с.

Павелко О. В., д.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

БУДІВЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СУБ'ЄКТИ СУСПІЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ: ВИМОГИ ДО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Будівельні підприємства функціонують в умовах інституційного середовища як сукупності визначених правил поведінки. До будівельних підприємств, своєю чергою, висувається значна кількість вимог, обумовлених інституційними перетвореннями. При цьому інституціональна зміна «...визначає шлях, яким суспільство розвивається в часі, і тому є ключем до розуміння історичної зміни», – як справедливо констатує Д. Норт [1, С. 10]. Окреслені суб'єкти господарювання ведуть свою господарську діяльність за таких обставин, коли їх економічна поведінка формується не лише внаслідок ухвалення відповідних рішень, а й ідентифікується правовими, політичними, соціокультурними, психологічними, моральними чинниками, які є наслідком існування окремих утворень. Будівельні підприємства ухвалюють рішення за умов понесення трансакційних витрат (на пошук контрагентів, укладання угод, захист прав власності), обмеженої раціональності та характерної опортуністичної поведінки суб'єктів ринку (девелоперів, замовників, інвесторів, генеральних підрядників, субпідрядників). Водночас економічні відносини забезпечуються шляхом обміну повноваженнями з метою отримання економічних вигод та реалізації наявних інтересів.

Різноманітні інституції, які діють на ринку, визначають певні вимоги до усіх суб'єктів господарювання, однак, значна їх кількість постає саме перед суб'єктами суспільного інтересу. На будівельних підприємствах в умовах сьогодення правила реальної облікової практики встановлюються внутрішнім середовищем, прописуються в обліковій політиці, ідентифікуються внутрішньою організаційною структурою, на що опосередкований вплив також чинять поведінкові мотиви працівників та стейкхолдерів. Особливі вимоги щодо звітування та обліку будівельних підприємств як суб'єктів суспільного інтересу регламентовані Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. (зі змінами). Відповідно до статті 1 даного нормативно-правового акту будівельні підприємства вважаються суб'єктами суспільного інтересу, якщо вони є емітентами цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію чи належать до категорії великих підприємств. Великими за Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. (зі змінами) [4] є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів – понад 20 мільйонів

євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро; середня кількість працівників – понад 250 осіб.

Власне визначення поняття «суб'єкт суспільного інтересу» в зауваженому законі не наведено. Його дефініцію («public interest entities») використано в законодавстві Європейського Співтовариства при визначенні критеріїв обов'язковості проведення аудиту, зокрема в Рекомендаціях Комісії «Незалежність офіційного аудитора в ЄС: набір фундаментальних принципів» (Commission Recommendation «Statutory Auditor's Independence in the EU: A Set of Fundamental Principles», 16 May, 2002, 2002/590/EC) [2], Регуляторному акті стосовно специфічних вимог щодо обов'язкового аудиту суб'єктів публічного інтересу (Regulation (EU) No 537/2014 of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 on specific requirements regarding statutory audit of public-interest entities and repealing Commission Decision 2005/909/EC) [3]. Вважаємо, що суб'єкт суспільного інтересу – суб'єкт, який має важливе суспільне значення з огляду на вид та обсяг діяльності, форму власності й чисельність працівників. Беручи до уваги те, що будівництво характеризується значною кількістю ризиків, часто має проблеми з фінансуванням та недосконалістю нормативно-правової бази, нерідко спостерігається низька платоспроможність замовників, будівельні підприємства за умови їх відповідності вимогам Закону України № 996-XIV можна навіть трактувати суб'єктами підвищеного суспільного інтересу. Вимоги до їх обліку та звітності за умови належності до складу суб'єктів суспільного інтересу подано в таблиці.

Таблиця

Вимоги до обліку та звітності будівельних підприємств, які становлять суспільний інтерес, що визначені законодавчо

№ з/п	Вимоги, передбачені законодавчо	Емітен-ти цінних паперів	Великі підприємства	Стаття Закону № 996-XIV
1	2	3	4	5
1.	Утворення бухгалтерської <u>служби</u> на чолі з головним бухгалтером (особи, яка має повну вищу економічну освіту, <u>стаж</u> роботи у сфері фінансів, бухгалтерського обліку та оподаткування не менше трьох років, не має непогашеної або незнятої судимості за вчинення злочину проти власності та у сфері господарської діяльності), до складу якої входять не менше двох осіб	+	+	8
2.	Підписання фінансової звітності підприємства керівником або уповноваженою особою у визначеному законодавством порядку та головним бухгалтером	+	+	11

продовження табл. 1

1	2	3	4	5
3.	Ведення бухгалтерського обліку відповідно до облікової політики за міжнародними стандартами після подання першої фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами, що визнається такою у порядку, визначеному міжнародними стандартами	+	+	12
4.	Складання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами, її подання органам державної влади та іншим користувачам на їх вимогу в порядку, визначеному Законом № 996-XIV, на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами в єдиному електронному форматі, визначеному центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку	+	+	12
5.	Не пізніше, ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом, оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці (у повному обсязі) та в інший спосіб у випадках, визначених законодавством	+	+	14
6.	Складання звіту про <u>управління</u> – документа, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності.	-	+	11

Джерело: складено автором за даними: [4].

Таким чином, за умови належності до складу суб'єктів суспільного інтересу (будучи емітентами цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію, чи якщо вони належать до категорії великих підприємств) будівельні підприємства зобов'язані виконувати вимоги, встановлені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. (зі змінами), кількість яких доволі значна.

1. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / пер. з англ. І. Дзюб. Київ : Основи, 2000. 198 с. 2. Commission Recommendation of 16 May 2002 2002/590/EC „Statutory Auditor's Independence in the EU: A Set of Fundamental Principles”. eur-lex.europa.net : вебсайт. URL: <http://eurlex.europa.net/LexUriServ/LexUriServ.do> (дата звернення: 18.03.2021). 3. Regulation (EU) No 537/2014 of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 on specific requirements regarding statutory audit of public-interest entities and repealing Commission Decision 2005/909/EC. eur-lex.europa.net: вебсайт. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent> (дата звернення: 18.03.2021). 4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. (зі змінами) *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 40, С. 365. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 18.03.2021).

Позняковська Н. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ВИКЛИКИ ДО СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Для вирішення завдань трансформації освіти потрібна побудова освітньої політики на всіх ланках. Проте, до цього часу в Україні не сформовано цілісного документу, який би регулював політику в сфері освіти на державному рівні. Процеси глобалізації, стрімкий розвиток і активне використання інформаційних, зокрема цифрових, технологій в усіх сферах життя, з однієї сторони, порушення принципу інклюзивності внаслідок збільшення розмежування населення за віковими, етнічними, географічними ознаками та фінансовими можливостями, з іншого боку, вимагає системного підходу до трансформації системи освіти.

Для прийняття рішень, спрямованих на побудову майбутнього середовища освіти, необхідно врахувати результати аналізу світових тенденцій, які зазначені у звіті ОЕСР 2019 року [1], зокрема, вказуються три мегатренди, що впливають на майбутнє освіти: глобалізація; цифровізація; старіння населення.

Експерти і практики проаналізували і відібрали для формування звіту Horizon Report 2020 [2] ключові тренди, які формуватимуть майбутнє вищої освіти наступні п'ять років, а також технології і практики, які впливатимуть на розвиток освіти. Названо п'ять мегатрендів: соціальні, технологічні, економічні, вищої освіти, політичні.

В Україні одним із найпомітніших негативних тенденцій у вищій освіті є зменшення чисельності здобувачів: з 1605,270 тис. осіб у 2015 до 1439,760 тис. осіб у 2029 році [3]. Разом з тим, за рівнем охоплення вищою освітою, Україна має 14-те місце зі 131 країни та 82,7% населення України має вищу освіту або навчається. Отже, вища освіта зіштовхується з небаченими досі проблемами. Заклади освіти працюють в умовах обмеження джерел фінансування, зниження зацікавленості і мотивації здобувачів, значними відмінностями у їх можливостях. Разом з тим, сучасний світ вимагає вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій та застосування нових методів і форм навчання.

1. Trends Shaping Education. Paris : OECD Publishing, 2019. 107 p. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/education/trends-shaping-education-2019_trends_edu-2019-en#page1 (дата звернення: 12.03.2021). **2.** 2020 EDUCAUSE Horizon Report. Teaching and Learning Edition. Louisville : EDUCAUSE, 2020. P. 58. URL: <https://library.educause.edu/resources/2020/3/2020-educause-horizon-report-teaching-and-learning-edition> (дата звернення: 12.03.2021). **3.** Освіта в Україні: виклики та перспективи. Інформаційно-аналітичний збірник. Київ : МОН, 2020. 292 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2020/metod-zbirka-osvita-ta-covid-2020.pdf> (дата звернення: 12.03.2021).

Попчук Д. О., студентка

Науковий керівник: Позняковська Н. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

В сучасних умовах для кваліфікованого бухгалтера надзвичайно важливим є вміння організувати ведення обліку та роботу бухгалтерії з використанням сучасних інформаційних технологій. Беззаперечним є факт досягнення за допомогою автоматизації бухгалтерського обліку певних результатів: своєчасності надання інформації для прийняття управлінських рішень та оперативності бухгалтерського обліку; впорядкування інформаційних потоків; прискорення обміну інформацією між контрагентами підприємства; уникнення помилок і порушень.

Підприємства використовують комп'ютерні ресурси в залежності від масштабів їх діяльності та особливостей.

З'ясовано, що на вітчизняному ринку комп'ютерних бухгалтерських програм представлено розробки таких системних комплексів: 1) 1С: Бухгалтерія; 2) Парус (комплексний модуль для автоматизації обліку на малих, середніх та великих підприємствах); 3) БЕСТ-ЗВІТ ПЛЮС (автоматизація облікової роботи з бухгалтерською та звітною документацією відповідного зразка; 4) X-DOOR (автоматизація процесів роботи підприємства: бухгалтерський, складський облік і торгівля); 5) GrossBee XXI (для комплексної автоматизації торгових і виробничих підприємств; 6) М.Е.Doc IS (програмний продукт, який допомагає в роботі з документами різних форм, типів та призначення); 7) АБ-Система (Офіс-2000); 8) Баланс-Клуб (SoNet); 9) GMS (Office Tools) та інші [1]. Проте із набуттям чинності Указу Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» перед більшістю вітчизняних підприємств постала проблема вибору програмного забезпечення для ведення бухгалтерського обліку. Останнім часом розробники програмних продуктів пропонують для використання програми BAS, призначені для ведення бухгалтерського та податкового обліку підприємствах корпоративного ринку.

З іншої сторони, спостерігається зростання використання онлайн сервісів ведення бухгалтерського обліку. Так, програма для бухгалтерії jSolutions дозволяє скласти фінансову звітність, використовуючи хмарні технології, в режимі онлайн. Рішення jSolutions розподілена за блоками, які поєднують різні облікові функції і задачі, і надають можливості бухгалтеру працювати у єдиній базі у розрізі господарських операцій, контрагентів, залишків тощо.

Перевагами використання онлайн серверів обліку та звітності є такі [3]. Актуальність – згідно з дослідженням компанії IDC, 79% європейських підприємств використовують хмарні сервіси обліку; на українському ринку – 48%. Доступність – при віртуалізації єдиний канал доступу до бази даних є мережа Інтернет. Це обумовлює постійний доступ до потрібних даних розміщених на віддалених серверах або навіть у мобільному додатку. Економність – онлайн бухгалтерія знижує витрати користувача, оскільки використання є автономним та самостійним, значно зменшуються витрати на закупівлю, обслуговування обладнання. Крім того, резервне копіювання – збереження даних забезпечується регулярним дублюванням в іншому місці, що дозволяє відновити інформацію з резерву в разі будь-яких збоїв.

Серед недоліків, використання серверів онлайн бухгалтерії було виявлено: скорочення працівників бухгалтерії, тобто загроза збільшення безробіття; залежність від роботи Інтернет провайдерів; ризики та загрози втрати інформації внаслідок зовнішнього втручання.

На основі узагальнення праць науковців визначимо основні тенденції розвитку сучасних інформаційних технологій в обліку вітчизняних підприємств: використання хмарних технологій; широке застосування експертних систем; інтернет речей; аутсорсинг бухгалтерських послуг.

Отже, розвиток ринку надання послуг з розробки, підтримки, супроводу, налаштування програм автоматизації призводить до покращення організації бухгалтерського обліку, зростання конкуренції серед розробників, постачальників послуг, пожвавлення українського бізнесу. З іншої сторони, слід зазначити про високу вартість інтеграції програм автоматизації обліку та виклики щодо кадрового менеджменту компаній, що потребує адаптації до нових технологічних умов роботи.

1. Скриньковський Р., Гладун В., Крамар М. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку на підприємстві. *Traektoriâ Nauki= Path of Science*. 2019. Vol. 5. № 2. Р. 3001–3010. URL: <https://dialnet.unirioja.es > descarga > articulo> (дата звернення: 12.03.2021). 2. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» : Указ Президента України від 15.05.2017 р. №133/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/133/2017#Text> (дата звернення: 12.03.2021). 3. Несенюк А. С. Переваги і недоліки використання серверів онлайн-бухгалтерії підприємствами на території України. *Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки* : зб. матеріалів II всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції 25 лютого 2019 р. Кривий Ріг : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2019. С. 322–324. URL: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/2597> (дата звернення: 12.03.2021). 4. Ляхович Г. І. Тенденції розвитку організації бухгалтерського обліку. *Вісник ЖДТУ*. 2017. № 4 (82). С. 42–47. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/119340> (дата звернення: 12.03.2021).

Смолярчук С. М., студентка

Науковий керівник: Позняковська Н. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА: НОВОВВЕДЕННЯ 2021

У 2021 році Україна продовжує вносити численні зміни до Податкового кодексу та інших законодавчих актів, які, серед іншого, встановлюють нові вимоги для платників податків. Введено певні зміни щодо нарахування та адміністрування податку на додану вартість, податку на прибуток, податку на доходи фізичних осіб, військового збору, акцизного податку, єдиного податку та рентної плати тощо. Так 31 грудня 2020 року в «Голосі України» опублікований Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збору даних та інформації, необхідних для декларування окремих об'єктів оподаткування», більш відомий як законопроект 4065 [1].

З 1 березня 2021 року відповідно до Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції» № 1115-IX від 17 грудня 2020 р. [2], суб'єкти господарювання при постачанні на митній території України та ввезенні на митну територію сільгосппродукції певних видів, відповідно до УКТ ЗЕД наведених в законі, застосовують ставку податку на додану вартість 14%.

Згідно із наведеними у законі кодами УКТ ЗЕД, ставка 14% застосовується до таких видів сільськогосподарської продукції:

- продукція тваринництва: велика рогата худоба, свині живі, вівці, молоко та вершки незгущені та без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин (в частині молока незбираного);
- продукція рослинництва: пшениця, жито, ячмінь, овес, кукурудза, соєві боби, насіння льону, насіння свиріпи та ріпака, насіння соняшника, насіння та плоди інших олійних культур, цукрові буряки.

Зниження ставки ПДВ для сільськогосподарської продукції з 2% до 14% дозволить зменшити податкове навантаження на виробників такої продукції, сприятиме детінізації аграрного виробництва, зниженню податкового шахрайства в оподаткування ПДВ, інвестуванню у розвиток у розвиток господарств завдяки заощадженню обігових коштів через зниження ПДВ. Проте застосування нової ставки ПДВ не зможе повністю ліквідувати податкове шахрайство у сфері податку на додану вартість, а у деяких випадках може створити нові можливості та збільшення простору для махінацій з ПДВ.

Однією із податкових змін 2021 року є розширення меж ставки ПДВ у розмірі 7%. Відповідно до таких змін, ставкою ПДВ 7% на постійній основі оподатковуються операції:

- постачання послуг із показу театральних, оперних, балетних, музичних, концертних, хореографічних, циркових та інших вистав, виступів професійних мистецьких колективів, артистичних груп, артистів та акторів;
- постачання послуг із показу оригінальних музичних творів, демонстрації виставкових проєктів, проведення екскурсій у музеях, зоопарках та заповідниках;
- постачання послуг із розповсюдження, демонстрування, публічного сповіщення і публічного показу фільмів, адаптованих і україномовні версії для осіб з порушенням зору та слуху.

Від оподаткування ПДВ звільнено послуги з демонстрування, розповсюдження та показу національних та іноземних фільмів, які дубльовані, озвучені державною мовою та якщо вони адаптовані у версії для людей з порушеннями зору та слуху [3].

Змінами до Податкового Кодексу України [4], встановлено ставку ПДВ 7% для послуг готелів і подібних засобів тимчасового розміщення з 01.01.2021 р. до 01.01.2023 р.

Таким чином, зміни Податкового кодексу України мають на меті надання державної підтримки сферам культури, туризму та сектору креативних індустрій.

Введення зазначених змін створило необхідність зміни форми податкової накладної та розрахунку коригування. Тому у березні 2021 року введено нову форму податкової накладної.

Суттєвою зміною форми накладної є введення рядка для ставки 14% для сільськогосподарської продукції. Решта змін податкової накладної є несуттєвими та стосуються переважно реквізитів документу, а саме введення рядка з кодом ознаки джерела податкового номера, зміна стилю розшифрування підписів (ім'я та прізвище повністю), збільшення кількості рядків у накладній [5].

Законодавчі зміни стосуються не лише первинних документів, таких як, податкова накладна, а й податкової звітності. Так за I квартал 2021 року роботодавці подаватимуть єдину звітність з податку на доходи фізичних осіб, військового збору та єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Наказом Міністерства фінансів України від 17.12.2020 р. № 773 [6] затверджено форму Податкового розрахунку сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податків – фізичних осіб, і сум утриманого з них податку, а також сум нарахованого єдиного внеску. Новий звіт складається з трьох розділів та шести додатків.

У новій формі звіту роботодавців, здебільшого, стосується:

Розділ 1 – інформація про нарахування доходу та єдиного внеску за найманих працівників (форма звіту є подібною до таблиці 1 Звіту з ЄСВ, що був дійсним у 2020 р. (форма Д 4).

Додаток 1 (Д 1) – інформація про нарахування зарплати застрахованим особам.

Додаток 4 (4 ДФ) – відомості про суми нарахованого доходу, утриманого та сплаченого ПДФО та військового збору.

Додаток має форму звіту 1 ДФ до якого додано колонки 5 та 5а щодо нарахованого та утриманого військового збору у розділі I, що персоніфікує нарахування військового збору [7].

Запровадження єдиної звітності дозволить уніфікувати процедури заповнення по подання платниками податків звітності до контролюючих органів, сприятиме скороченню кількості звітів. Проте формування звітності з єдиного соціального внеску, податку з доходів фізичних осіб та військового збору разом може викликати ряд труднощів через розбіжності у певних випадках бази нарахування податку на доходи фізичних осіб у вигляді заробітної плати та винагороди за виконання робіт (надання послуг) за цивільно-правовими договорами з базою нарахування єдиного внеску на загальнообов'язкове соціальне страхування.

Також можливим є виникнення помилок при складанні звітності за новою формою, що в свою чергу призведе до фінансових санкцій та адміністративної відповідальності.

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо забезпечення збору даних та інформації, необхідних для декларування окремих об'єктів оподаткування : Закон України від 17.12.2020 р. № 1117-IX. *Відомості Верховної Ради*. 2021. № 9. С. 60. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1117-20#Text> (дата звернення: 06.04.2021). 2. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції : Закон України від 17.12.2020 р. № 1115-IX. *Відомості Верховної Ради*. 2021. № 12. С. 96. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/201053.html> (дата звернення: 06.04.2021). 3. Розширено перелік операцій, які оподатковуються за ставкою 7% та які звільнені від оподаткування. АППУ : вебсайт. URL: <https://appu.org.ua/main-news/rozshireno-perelik-operacij-yaki-opodatkovuyutsya-za-stavkoyu-7-ta-yaki-zvilneni-vid-opodatkovannya> (дата звернення: 06.04.2021). 4. Податковий кодекс України у ред. від 28.03.2021 р. № 1293-IX. *Відомості Верховної Ради*. 2021. № 21. С. 193. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 06.04.2021). 5. Податкова накладна 2021. Головбух : вебсайт. URL: https://www.golovbukh.ua/article/7210-podatкова-nakladna-2019-priklad-zapovnennya#anc_3 (дата звернення: 06.04.2021). 6. Про внесення змін до наказу Міністерства фінансів України від 13 січня 2015 року № 4 : Наказ Міністерства фінансів України від 17.12.2020 р. № 773. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1304-20#Text> (дата звернення: 06.04.2021). 7. Об'єднання ЄСВ та ПДФО: єдина звітність 2021. Головбух : вебсайт. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/8607-obdnannya-sv-ta-pdfo-dina-zvtnst-2021> (дата звернення: 06.04.2021).

Хильчук Е. В., магістрант

Науковий керівник: Осадча О. О., д.е.н., професор (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Концепція сталого розвитку чинить дедалі більший вплив на бізнес, переорієнтовуючи його з «бізнесу заради прибутку» в сторону соціально-відповідального. На відміну від європейських компаній, українські суб'єкти господарювання в меншій мірі усвідомлюють важливість нефінансового звітування. Головною причиною цього вбачаємо недопрацювання уряду: законодавча вимога щодо формування звіту про управління з'явилась не так давно, а адміністративний штраф за неподання такого звіту є незначним. Втім, звіт про управління це далеко не єдиний результат функціонування обліково-аналітичної системи. Загальна модель даної системи може бути представлена в наступному вигляді (рис. 1).

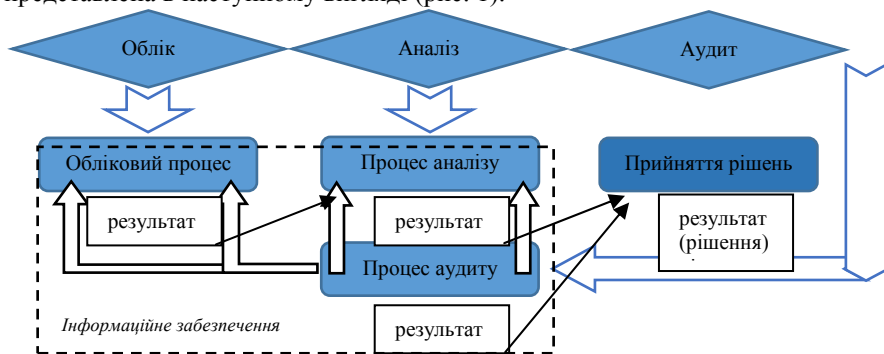


Рис. 1. Модель обліково-аналітичної системи в загальному вигляді

З цієї моделі можна зрозуміти, що елементи в обліково-аналітичній системі діють у нерозривному зв'язку: аналіз здійснюється на основі даних, які узагальнює облікова складова системи. Аудит дозволяє оцінити якість проведеного аналізу та зробити висновок про достовірність обліку в компанії. На основі аналітичних даних менеджмент (який можна вважати зовнішнім середовищем впливу на обліково-аналітичну систему) приймає рішення. Ці рішення можна формально розділити на 2 типи: ті які стосуються господарської діяльності, які породжують операції, що будуть відображені в обліку та рішення, що впливають на структуру обліково-аналітичної системи. До другого типу рішень можна віднести розпорядження про створення підрозділу внутрішнього аудиту, наказ про прийняття на роботу нових працівників в бухгалтерію і т.д. Таким чином, менеджмент компанії здійснює подвійну функцію по відношенню до системи: операційну та управлінську.

В контексті сталого розвитку потреби управління в нефінансовій інформації продовжують зростати. Корпоративна соціальна відповідальність – це не лише сукупність етичних норм, а й основа успішного ведення бізнесу [1]. Серед інвесторів рівень висвітлення ESG впливу компанії на зовнішнє середовище став одним з чинників вибору об'єкта інвестування. Так, у 2017 році британською інвестиційною компанією Schroders було проведено дослідження серед 22000 інвесторів по всьому світу. Однією з тем дослідження було стале інвестування. Результати дослідження показати, що для 78% інвесторів стале інвестування для них стало більш значущим, ніж 5 років тому [2].



Рис. 2. Матриця взаємозв'язку видів обліку та аналізу

Розкриття зазначених вище факторів впливу актуалізує такі види обліку як соціальний та екологічний облік. Соціальний облік можна трактувати як підсистему обліку, що збирає, систематизує та узагальнює інформацію, необхідну менеджменту для прийняття рішень щодо соціальної політики компанії. Щодо екологічного обліку, то він призначений для виявлення та відображення даних, що стосуються екологічних питань. До таких питань може відноситись вплив компанії на навколишнє середовище, зокрема обсяг шкідливих речовин, які вимагає технологія виробництва. Дані зазначених видів обліку – складова інформаційного забезпечення для сталого інвестування за яким майбутнє.

1. Top Corporate Social Responsibility Trends in 2020. Smartrecruiters : вебсайт. URL: <https://www.smartrecruiters.com/blog/top-corporate-social-responsibility-trends-in-2020> (дата звернення: 10.04.2021). 2. ESG-факторы в инвестировании. РСПП : вебсайт. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/6/c/6cebe53820e94fcd01f3d74e98923bfff.pdf> (дата звернення: 10.04.2021).

Чепелюк Н., студент

Науковий керівник: **Позняковська Н. М.**, к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета підприємства полягає в отриманні прибутків як основного джерела фінансових ресурсів і створення умов для подальшого розвитку підприємства (розширення виробництва, оновлення основних засобів, впровадження нових технологій). У сучасних умовах ведення бізнесу значення обліку результатів діяльності зростає, оскільки величина прибутку суб'єктів господарювання за останні роки зменшилася. Причиною є, вочевидь, наслідки пандемії коронавірусу та введених карантинних заходів. Карантин обрушив споживчі настрої, зупинив діяльність бізнесу. Відповідно зменшилися обсяги надходжень до бюджету. Внаслідок введення карантину українські компанії призупинили вкладення, інвестиції та змінили традиційні виробничі ланцюжки. На основі даних Державної служби статистики України за 2017–2019 роки [1] нами було проаналізовано такі показники, як кількість суб'єктів господарювання, обсяг реалізованої та виробленої продукції (товарів, послуг) (таблиця).

Таблиця

Аналіз окремих показників щодо діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання за 2017–2019 роки

Показники	2017	2018	2019	2018/2017		2019/2018	
				абс. відх.	відн. відх., %	абс. відх.	відн. відх., %
Кількість суб'єктів господарювання	1805144	1839672	1941701	34528	101,9	102029	105,5
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млрд грн	8467,0	10148,8	10725,4	1681,8	119,9	576,6	105,7
Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг), млрд грн	5329,0	6207,7	6981,9	878,7	116,5	774,2	112,5

Отже, бачимо, що кількість суб'єктів господарювання України за 2017 – 2019 роки повільними темпами зростає. Збільшився за вказаний період загальний обсяг реалізації. Проте порівнюючи відносне відхилення за 2018–2017 рр. з відносним відхиленням 2019–2018 рр., бачимо зменшення темпів зростання. При співвідношенні обсягу реалізованої і виробленої продукції за 2019 рік спостерігаємо значно вищі темпи зростання останньої. Це

означає – ризик нереалізації залишків виробництва, що відповідно унеможливило отримання доходу. Проте для аналізу діяльності суб'єктів господарювання за 2017–2019 роки недостатньо показників обсягів реалізації і виробництва.

Важливо розглянути зміни фінансового результату до оподаткування суб'єктів господарювання за досліджуваний період. Для адекватного співставлення візьмемо дані за перше півріччя 2018–2020 років, оскільки статистичні дані за 2020 рік ще не оприлюднені (рис. 1).

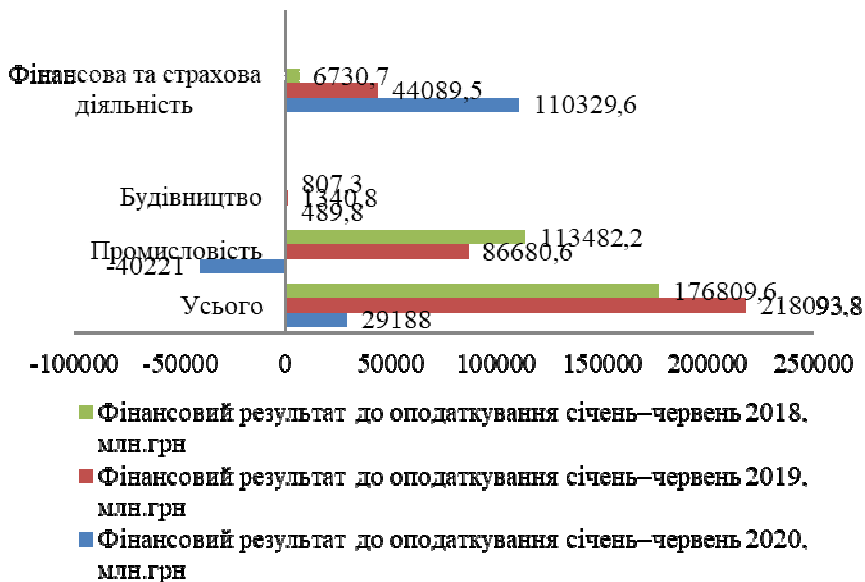


Рис. 1. Динаміка фінансового результату до оподаткування за перше півріччя 2018–2020 рр.

Як бачимо на рис. 1, фінансовий результат до оподаткування за перше півріччя 2019 року значно зріс порівняно з 2018 роком, що оцінюється позитивно. Проте за перше півріччя 2020 року спостерігається значне зменшення (більш ніж на 86%) досліджуваного показника. Спостерігаємо негативну тенденцію в таких галузях, як будівництво і промисловість. Якщо у першому півріччі 2018 і 2019 роках результатом був прибуток, то у 2020 році галузь зазнала великих збитків.

Фінансова та страхова діяльність, навпаки, спрацювали у кризових умовах зі збільшенням прибутків. Достатність капіталу істотно перевищувала мінімальний рівень. Його надлишок банки тепер можуть використати для поглинання кредитних збитків та для подальшого

кредитування. Фінансові установи стали високоефективними та прибутковими, що пояснюється попитом їхніх послуг у період карантину.

Розглянемо кількість збиткових підприємств у % до загальної кількості підприємств. За перше півріччя 2019–2020 років спостерігаємо збільшення збиткових підприємств, як що в галузях, так і в загальному.

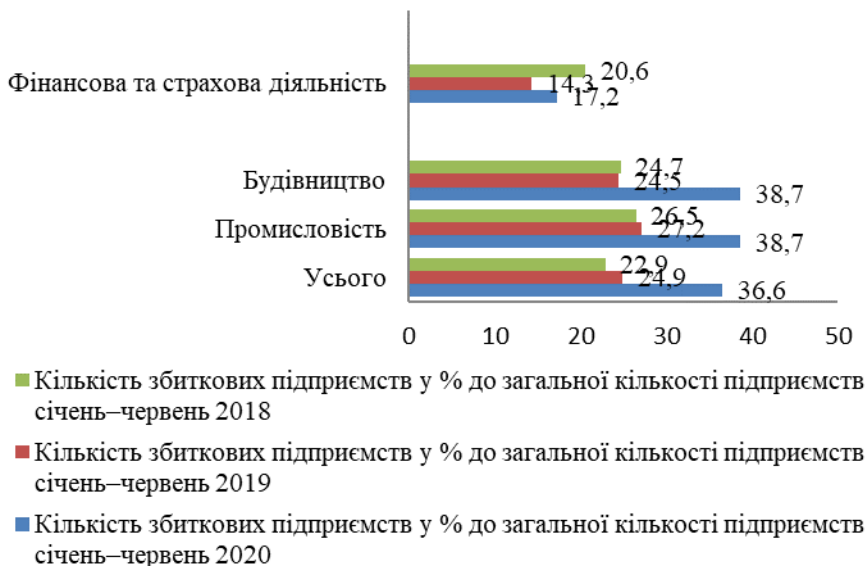


Рис. 2. Динаміка кількості збиткових підприємств у % до загальної кількості підприємств за перше півріччя 2018–2020 рр.

Головною загрозою для діяльності вітчизняних підприємств виявилася пандемія та карантинні умови. Тому для галузей потрібно змінити стратегію розвитку та здійснити заходи, які б дозволили здійснювати безперервне виробництво та мінімізувати збитки. Зі сторони уряду важливим є поступове проведення політики дерегуляції, покликаної на полегшення відкриття бізнесу, підтримки єдиного джерела інформації щодо підприємницької діяльності, спрощення системи адміністрування податків, що унеможливить зловживання та корупцію з боку контрольних органів.

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.04.2021).

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ
X Міжнародної науково-практичної конференції
вчених, молодих науковців, аспірантів та
студентів
«Актуальні проблеми теорії і практики
менеджменту в контексті євроінтеграції»

Розміщуються статті в авторській редакції

Технічний редактор

Галина Сімчук

Видавець і виготовлювач
Національний університет
водного господарства та природокористування
вул. Соборна, 11, м. Рівне, 33028.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції РВ № 31 від 26.04.2005 р.